怎样使自己的网站网页搜索排名靠前
怎样使自己的产品页让更多的用户知道

SEO网站营销
策略、方法、技巧和案例



刘玉萍 编著

- 最新SEO技术和操作方法
- 关键词研究、网站域名优化、主机和结构优化、网站主题优化、网页元素优化
- SEO作弊技术、网站数据流量监测和分析、常用优化工具的使用方法
- 电子商务网站优化案例、门户网站优化案例

清华大学出版社

SEO网站营销
策略、方法、技巧和案例



刘玉萍　编著

清华大学出版社
北　京

内 容 简 介

本书面向网站营销的初学者，以及广大 SEO 技术的爱好者，循序渐进地介绍了 SEO 的主要知识和技能，提供了大量具体的 SEO 实例供读者实践。

全书分为 13 个章节，分别介绍了搜索引擎快速入门、认识 SEO、关键词研究、优化网站域名、主机和结构、优化网站的主题、优化网站的页面、优化网站中的图片、优化链接策略、SEO 作弊技术与后果、检测和分析网站数据流量和网站优化工具案例分析等，最后还通过两个综合案例，让读者进一步巩固所学的知识，提高综合实战能力。通过全书的学习，读者可以完整地掌握 SEO 营销技术要点并具备网站营销的能力。

本书涉及面广，几乎涉及了 SEO 营销的所有重要知识，既适合所有的 SEO 营销初学者，同时也适合想全面了解 SEO 营销的工作人员阅读。

图书在版编目（CIP）数据

SEO 网站营销：策略、方法、技巧和案例 / 刘玉萍编著.—北京：清华大学出版社，2015
ISBN 978-7-302-38518-9

I. ①S… II. ①刘… III. ①网络营销 IV.①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 269449 号

责任编辑：夏非彼
封面设计：王　翔
责任校对：闫秀华
责任印制：

出版发行：清华大学出版社
网　　址：http://www.tup.com.cn，http://www.wqbook.com
地　　址：北京清华大学学研大厦 A 座　　**邮　　编：**100084
社 总 机：010-62770175　　**邮　　购：**010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者：
装 订 者：
经　　销：全国新华书店
开　　本：190mm×260mm　　**印　　张：**17.5　　**字　　数：**448 千字
版　　次：2015 年 1 月第 1 版　　**印　　次：**2015 年 1 月第 1 次印刷
印　　数：1~3000
定　　价：39.00 元

产品编号：061322-01

前　言

本书是专门为网站营销者量身定做的学习用书，整套书涵盖搜索引擎营销、SEM、关键词研究、优化网站的域名、主机和结构、优化网站的主题、优化网站的链接和一些常用优化工具的使用方法等知识。

- 通俗易懂

为了让没有基础的初学者能快速掌握 SEO 网站营销的知识，本书采用通俗易懂的语言，全面介绍 SEO 网站营销中的策略、方法、技巧和案例。

- 前沿技术

SEO 技术的快速发展，本书将以最前沿、最实用的网站营销技术作为本书的主要内容，帮助大家认识和了解最新动态。

- 权威的作者团队

国家重点实验室和资深应用专家联手编著本书，汇集丰富的教学经验与优秀的营销理念。

- 学习型案例设计

以营销的实际应用过程为主线，全程采用图解教学方式，生动、直观、全面地剖析网站运营过程中的各种网站营销技能，降低难度并提高学习效率。

本书专门为研究网站营销的初学者和从业者而编写，旨在使读者学会和用好网站营销的各项技能。

为什么要写这样一本书

提升网站访问量最简单的办法是使自己的网页排名靠前，这也是搜索引擎优化最常见的目标，从技术上说，就是在搜索引擎许可的优化原则下，通过对网站中代码、链接和文字描述进行重组优化，加上后期对该优化网站进行合理的反向链接操作，最终实现被优化的网站在搜索引擎的检索结果中得到更靠前的排名，进而提高点击率，让产品展示在用户面前。通过搜索排名的不断提升，网站可以获得更多的流量，让更多有需要的用户进行访问。

本书从案例实战入手，结合理论知识的讲解，可让初学者、网站营销人员快速成为 SEO 方面的专业人员，并初步拥有较强的实战经验，以便在未来的职场中占有高起点。

本书特色

- 零基础、入门级的讲解

无论您是否从事计算机相关行业，无论您是否接触过网站营销，是否了解 SEO 的技术，都能从本书中找到最佳起点。

- 超多、实用、专业的范例和项目

本书在编排上紧密结合深入学习 SEO 技术的先后过程，从搜索引擎的基础知识开始，带领读者逐步深入地学习各种应用技巧，侧重实战技能，使用简单易懂的实际案例进行分析和操作指导，让读者读起来简明轻松，操作起来有章可循。

- 可随时检测学习成果

每章中都有实际操作的案例，读者可以边操作，边检测自己的学习成果和实战能力，做到融会贯通。

读者对象

- 没有任何网络营销基础的初学者。
- 已有一定基础，还想深入学习网络营销的人员。
- 已有一定的网站营销基础，但没有网络营销经验的人员。
- 大中专院校及培训学校相关专业的老师和学生。

创作团队

参与本书编写的除了封面署名人员以外，还有王英英、肖品、孙若淞、王攀登、王维维、梁云亮、刘海松、陈伟光、包惠利等人，在此表示感谢。虽然本书倾注了编者的努力，但由于水平有限、时间仓促，书中难免有错漏之处，请读者谅解。如果遇到问题或有意见和建议，请与我们联系，我们将全力提供帮助，技术支持 QQ：2606372761。

编　者

2014 年 10 月

目 录

第 1 章

◂ 搜索引擎快速入门 ▸

学习 SEO，首先需要理解什么是搜索引擎，因为它是搜索引擎优化的基础。本章节主要讲述搜索引擎基础概念、搜索引擎的基本工作原理、搜索引擎的分类并分析蜘蛛抓取网页的策略等。

1.1 搜索引擎基础

搜索引擎的工作，远不像平常所看到的搜索引擎表面（搜索框）那样简单。搜索引擎究竟是怎么一回事？下面从简单的内容入手，逐一揭密搜索引擎的相关知识。

1.1.1 搜索引擎简介

究竟什么是搜索引擎呢？简单地说，搜索引擎是指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。

搜索引擎是帮助用户查找存储在个人电脑、计算机网络，如互联网上的信息的软件程序。用户输入搜索项目，通常是通过录入一个关键词或短语，搜索引擎通过扫描被搜索的计算机和计算机网络，或者分解（分析）它们数据的索引，返回万维网站点、个人电脑文件或文档的列表。

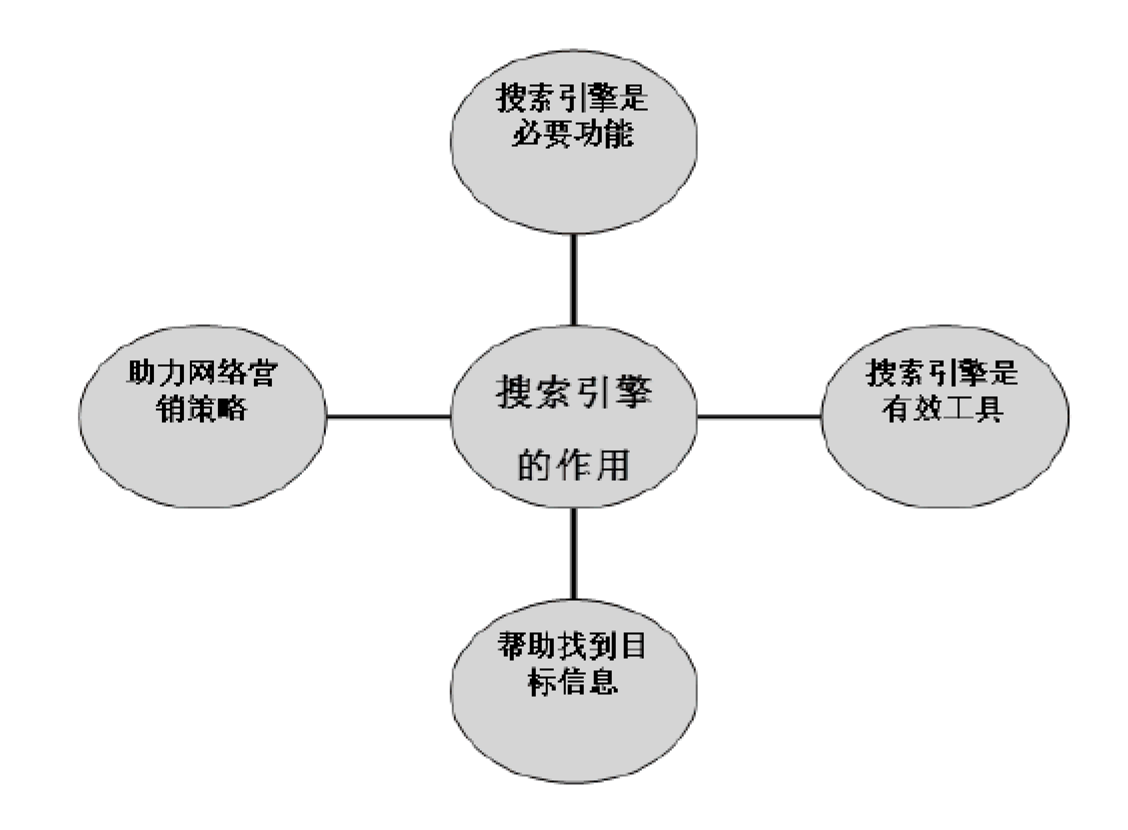
搜索引擎有很多家，如下图所示，是一些常见的搜索引擎。其中，Google 和百度可以算得上是搜索引擎的代表，因为它们占据着大份额的用户。



1.1.2 搜索引擎的作用

当大家接触到一件新物品时，第一个念头一般是想知道它是做什么用的。同样地，对于搜索

引擎也不例外。下面的内容告诉大家搜索引擎的作用，如下图所示。



1. 搜索引擎是必要功能

搜索引擎是在网站建设中为了实现“用户使用网站的便利性”，而提供的必要功能。

2. 搜索引擎是有效工具

搜索引擎作为一个工具，可以实现“研究网站用户行为”的目的。

3. 搜索引擎帮助找到目标信息

搜索引擎通过让用户快速、准确地找到目标信息，实现其站内检索的高效性，从而起到有效促进产品/服务营销的作用。

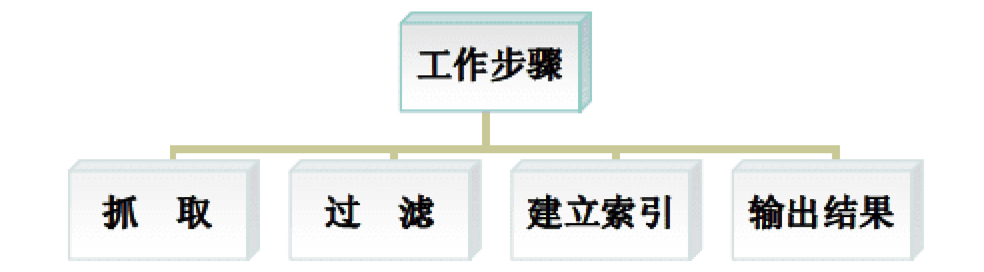
4. 搜索引擎助力网络营销策略

通过对网站访问者搜索行为的深度分析，进一步制定更为有效的网络营销策略，具有重要价值，主要表现为以下几方面。

- 网络营销环境方面：搜索引擎营销的环境发展为网络营销的推动起到举足轻重的作用。
- 营销效果方面：很多公司之所以可以应用网络营销是利用了搜索引擎营销。
- 作为电子商务概念组成部分：从作为电子商务概念组成部分看，网络营销是其中最重要的组成部分，是向终端客户传递信息的重要环节。

1.2 搜索引擎的基本工作原理

搜索引擎的工作原理其实很简单，首先它被分为 4 个部分，如下图所示，第一部分是蜘蛛爬虫，第二部分是数据分析系统，第三部分是索引系统，第四部分是查询系统。总之，若希望通过搜索引擎为用户带来更好的体验，需要对网站进行严格的内容建设，使之更符合用户的浏览需求。



1.2.1　抓取

当要享受美味的海鲜大餐之前，需要有人去捕获各种各样的海鲜，然后才能根据自己想吃的品种进行有选择的食用。同样地，对于搜索引擎在完成这一系列工作过程的每一步骤中，也需要完成类似的工作。但是，它们这个抓取的执行者是一种被称为“蜘蛛”的程序。不过要注意此“蜘蛛”非彼蜘蛛，了解了这些之后，下面将介绍搜索引擎蜘蛛及其抓取的相关内容。

1．什么是搜索引擎蜘蛛

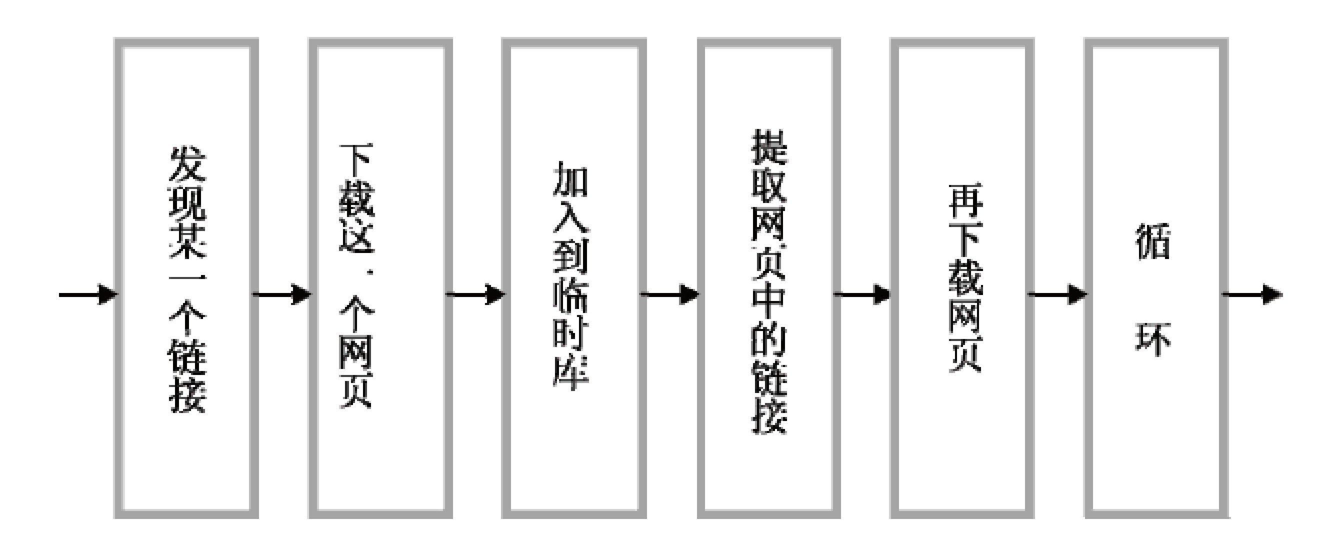
关于搜索引擎蜘蛛，需要通过几个概念来了解它。

① 程序：首先，搜索引擎蜘蛛可以归类为程序的一种，程序的形式通过模仿蜘蛛织网后的爬行、遍历爬行而展开。总之，搜索引擎蜘蛛程序，其实就是搜索引擎的一个自动应用程序。

② 计算：其次，通过搜索引擎系统的计算来决定对哪些网站施行抓取，以及抓取的内容和频率值。搜索引擎的计算过程会参考用户的网站在历史中的表现，比如内容是否足够优质，是否存在对用户不友好的设置，是否存在过度的搜索引擎优化行为等等。爬行和抓取是搜索引擎工作的第一步，它完成真正意义上的数据收集任务。

2．如何进行抓取

网站更新后，产生了新的内容。这时，搜索引擎蜘蛛会通过互联网中某个指向该页面的链接进行访问和抓取，如果没有设置任何外部链接指向网站中的新增内容，它将不会给予抓取处理。因此，及时更新网站的内容和有较广泛的外部链接非常重要。把这些信息都抓取到搜索引擎的服务器上，然后建立索引库，举例说明，可以把搜索引擎蜘蛛当做一个用户，该用户来访问网站，再把网站内容保存到自己的电脑上。如下图所示，是蜘蛛抓取网页的流程图。



1.2.2　过滤

如果说所谓的蜘蛛爬行是“撒网捕鱼”，那么接下来要做的就是，将捕上来的东西进行归类，因为在网里的不一定都是能吃的鱼，也有可能是废渣等（比如，一些明显的欺骗用户的网页、死

链接、空白内容页面等)，这又是一项浩大的工程。其实，搜索引擎过滤工作，就是处理搜索引擎蜘蛛抓取回来的网页，此功能类似于“过滤网”。

1.2.3 建立索引

所谓的建立索引，是搜索引擎对网页的 tag title、meta descripiton、网页外链及描述、抓取记录等进行标记添加的行为。这其中，还将对网页中的关键词信息进行识别和储存，使之用来匹配用户可能会搜索的内容。

1.2.4 输出结果

搜索引擎通过对用户输入的关键词进行分析，参照得出的结果，找出用户需要的网页。然后，搜索引擎花大量的时间进行信息处理，把用户需要的内容，以一定的方式展示出来。如下图所示内容，就是用百度搜索引擎进行“网上购物”关键词的搜索之后，所给出的输出结果。



1.3 搜索引擎的分类

按照不同的技术特点，可以把搜索引擎分为全文搜索引擎、垂直搜索引擎、元搜索引擎、目录搜索引擎和集成搜索引擎 5 类。

1. 全文搜索引擎（Full Text Search Engine）

全文搜索引擎是名副其实的搜索引擎，国外具代表性的有 Google、Fast/AllTheWeb、AltaVista、Inktomi、Teoma、WiseNut 等，国内著名的有百度（Baidu）。它们都是通过从互联网上提取的各

个网站的信息（以网页文字为主）而建立的数据库中，检索与用户查询条件匹配的相关记录，然后按一定的排列顺序将结果返回给用户，因此它们是真正的搜索引擎。

2. 垂直搜索引擎（Full Text Search Engine）

垂直搜索引擎有着快速直达、方便搜索、资源共享和精准搜索等特点，从而使其将搜索服务与网站结合，服务于机票搜索、旅游搜索、生活搜索、小说搜索、视频搜索等搜索领域，有着其自身不可被取代的优势。

垂直搜索专注于特定的搜索领域和搜索需求，使其在这一方面的用户体验相较于主流搜索引擎更占优势。例如，Google、百度、Yahoo 这三大主流搜索引擎都提供了广泛的垂直搜索产品。

如下图所示是 Google 的“产品”页面，在这里列出了其垂直搜索产品。



另外百度提供了广泛的垂直搜索产品。主要包括新闻、图片、视频、地图等，如下图所示，是百度的“产品大全”页面，在这里列出了其垂直搜索产品。

百度首页 > 产品大全

新上线新!

百度校园 校园社区平台　百度网盘 您的网络U盘　百度相册 超大容量的免费云相册

搜索服务

网页 搜索海量网络资料、资源　视频 搜索海量网络视频　MP3 搜索试听下载海量音乐

新闻 搜索浏览最热新闻资讯　图片 搜索海量网络图片　词典 查询双语、汉语、成语词典

3. 元搜索引擎（Meta Search Engine）

元搜索引擎在接受用户查询请求时，同时在其他多个引擎上进行搜索，并将结果返回给用户。著名的元搜索引擎有 InfoSpace、Dogpile、Vivisimo 等（元搜索引擎列表），中文元搜索引擎中具代表性的有“搜星”搜索引擎。在搜索结果排列方面，有的直接按来源引擎排列搜索结果，如 Dogpile，有的则按自定义的规则将结果重新排列组合，如 Vivisimo。

4. 目录索引搜索引擎（Search Index/Directory）

目录索引虽然有搜索功能，但在严格意义上算不上是真正的搜索引擎，仅仅是按目录分类的网站链接列表而已。用户完全可以不用进行关键词（Keywords）查询，仅靠分类目录也可找到需要的信息。目录索引中最具代表性的莫过于大名鼎鼎的 Yahoo。其他著名的还有 Open Directory Project（DMOZ）、LookSmart、About 等。国内的搜狐、新浪、网易搜索也都属于此类。

如下图所示是“网易”旗下的“有道”搜索，主要提供网页、图片、热闻、视频、音乐、博客等传统搜索服务，同时推出海量词典、阅读、购物搜索等创新型产品。



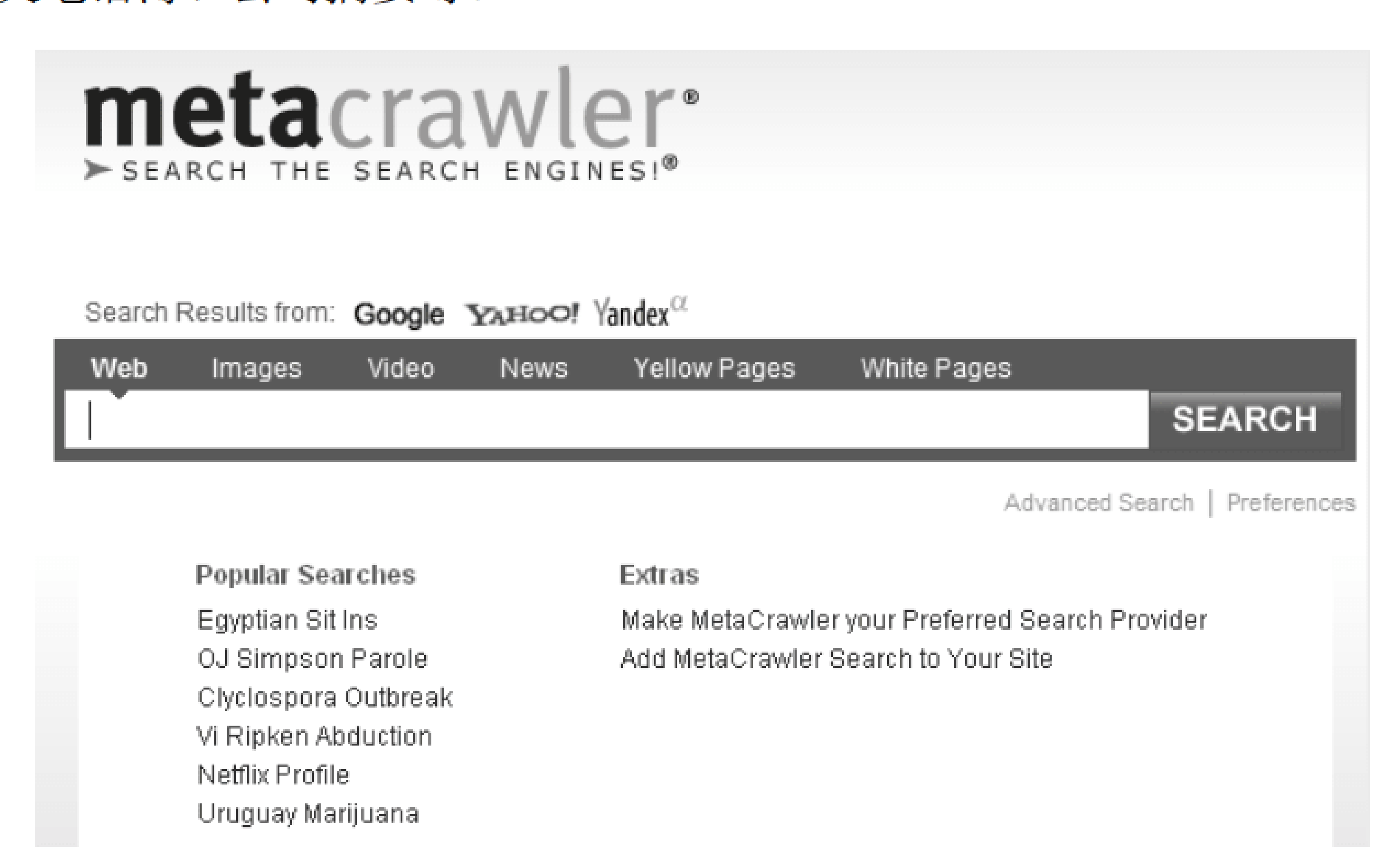
5. 集成搜索引擎

任何搜索引擎的设计，均有其特定的数据库索引范围、独特的功能和使用方法，以及预期的用户群指向。一种搜索引擎不可能满足所有人或一个人所有的检索需求。在某些情况下，如文献普查、专题查询、新闻调查与溯源、软件及 MP3 下载地址搜索等，人们往往需要使用多种搜索引擎，对搜索结果进行比较、筛选和相互印证。为解决逐一登录各搜索引擎，并在各搜索引擎中分别多次输入同一检索请求（检索字串）等繁琐操作，集成搜索引擎应运而生。

集成搜索算不上是搜索引擎，只是运用了一定的网页技术，把多个搜索引擎的搜索功能整合在一个搜索页面，并对各个搜索引擎的功能进行分类，方便用户在多个搜索引擎的搜索结果中进行比较和选择。部分集成搜索甚至没有对用户的搜索请求做出任何记录。所以，集成搜索更像一个在线的、集合了多个搜索引擎入口的软件，而不是搜索引擎。

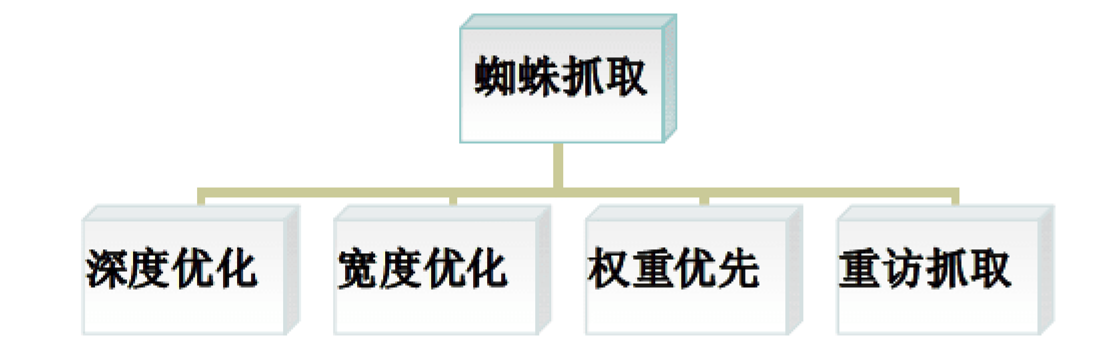
集成搜索引擎无自建数据库，不需研发支持技术，当然也不能控制和优化检索结果。但集成搜索引擎制作与维护技术简单，可随时对所链接的搜索引擎进行增删调整和及时更新，尤其大规模专业（如 Flash、MP3 等）搜索引擎集成链接，深受特定用户群欢迎。

国内有很多集成搜索的网站，如下图所示，网址为 http://www.metacrawler.com/的这个集成搜索引擎是比较好的一个。它的搜索过程非常清楚，具有深度，并且有组织，可以进行简单查询或适度复杂的搜索，不失为一个好的选择，可以在它集成的很多目录中进行垂直 Web 搜索，包括黄页和白页、分类电话簿、公司摘要等。



1.4 分析蜘蛛抓取网页策略

在前面的内容中介绍了搜索引擎的工作原理。下面针对其工作原理中的抓取，进一步介绍其抓取网页的相关策略。每天有许许多多的网站在互联网上进行着网页更新工作，如果蜘蛛没有选择地抓取页面，那将会是一个有着极其庞大工作量的任务。出于上述情况的考虑，蜘蛛进行抓取，是有一定的策略的，买东西都需要经过挑挑选选，蜘蛛抓取网页也是有选择性的。蜘蛛选取网页的策略，可分为以下 4 种，如下图所示。



1. 深度优先

搜索引擎蜘蛛在页面中发现一个链接后会顺着这个链接“爬”下去，若在下一个页面又发现一个链接的话，就会又“爬”下去并且全部抓取，这就是“深度优先”抓取策略。此类抓取方式的思路，就是深度优先的策略中心思想。

2. 宽度优先

搜索引擎蜘蛛先把整个页面的链接全部抓取一次，然后再对下一个页面的全部链接实施抓取，

这就是所谓的“宽度优先”抓取策略。出于搜索引擎蜘蛛的“宽度优先”策略的考虑，需要在 SEO 实施过程中，尽量做到网页的层数不要太多，如果太多会导致收录困难。

3. 权重优先

现在搜索引擎都是将深度优先和宽度优先两种策略结合起来使用，“宽度优先”和“深度优先”哪个更好，不是绝对的，应该是各有各的好处。在这种情况下，就需要参照这条链接的权重。如果说这条链接的权重还不错，那么就采用深度优先，如果说这条链接的权重很低，那么就采用宽度优先。

那么，搜索引擎蜘蛛要怎样知道这条链接的权重呢？明白了这个，就能够对权重优先的 SEO 技术有一个深入认识了。鉴于上述原因，搜索引擎蜘蛛会从以下两个因素来衡量：①层次的多与少；②这个链接的外链多少与质量。

4. 重访抓取

对于重访抓取，下面举例说明。例如，昨天搜索引擎蜘蛛抓取了一个网页，今天对该网页进行更新后，又来抓取了新的内容，这就是重访抓取的策略。重访抓取又可分为单个重访和全部重访两类。

（1）全部重访：所谓全部重访指的是蜘蛛上次抓取的链接，在当月的某一天，全部重新再访问抓取一次。

（2）单个重访：单个重访一般都是针对某个页面更新的频率比较快、比较稳定的页面，如果有一个页面，一个月也不更新一次。那么搜索引擎蜘蛛第一天来了，网站是这个样子，第二天，还是这个样子，那么第三天搜索引擎蜘蛛就不会来了，会隔一段时间再来一次，比如隔一月再来一次，或者等全部重访的时候再更新一次。

1.5 搜索引擎的未来

随着计算机和互联网应用的普及，大众对搜索的要求也越来越高，人们期望搜索引擎的速度更快、返回结果更准确、可以搜索的内容更丰富、更加智能化和个性化。

1. 快速化

速度的提高是现在各个搜索引擎都在努力达到的目标。快不仅仅是指搜索引擎返回结果的速度，更是指搜索引擎获取新信息的速度。现在博客和论坛已经成为信息最重要的来源，一条爆炸性的新闻很可能来自某个人博客，而不是知名媒体。

2. 多样化

多样化主要包括两个方面：内容多样化和搜索途径多样化。内容多样化除文字之外，还包括

图片、音频、视频内容的搜索。搜索途径多样化指可以通过语音、动作、地理位置等进行搜索。

3. 智能化

可以通过语音指令、动作指令，甚至是思维指令进行搜索。其中语义输入可以通过输入自然语言来查找结果，就像在问朋友问题，比如搜索“谁给桃花命名的？”。在用户搜索过程中结合大量其他用户的搜索习惯统计，给出用户可能要查找的内容，引导和启发搜索者找到想要找的内容。

4. 社会化

有人把社会化搜索称作“搜索人脑”。搜索引擎借助对大量用户的粘性，提供用户提问的功能，而这一提问的回答者不是搜索引擎本身，而是其他所有看到这一问题的用户。通过大量用户的群策群力，以及对应的专业人士的帮助，这些问题往往能得到比较好的解答。目前，社会化搜索的不足是还不能对回答内容的准确性进行评价，只能依靠提问者自己判断。另外问题不能及时得到解答也会影响用户的耐心。

5. 个性化

因为每个用户的喜好、目的不同，对搜索结果的期待就有很大差异。比如，同样是搜索“红茶”，有人希望查找“红茶”的商品信息，有人则是要找一部叫《红茶》的连续剧。所以现在很多搜索引擎开始建议用户注册登录，比如 Google 和 Yahoo，这样用户的搜索习惯就会被搜索引擎记录和分析。如果经常查询商品的相关资料，那下次输入“红茶”的时候，返回结果中红茶的商品信息就会出现在靠前的位置了。

第 2 章

认识SEO

SEO 又称搜索引擎优化，它离不开搜索引擎，因为优化需要在搜索引擎的基础上来着手进行。搜索引擎与 SEO 是密不可分的。本章主要讲述搜索引擎优化基础、为什么要做 SEO、搜索引擎优化分类、实现 SEO 的流程、以实例认识搜索引擎优化和搜索引擎优化的误区等知识。

2.1 搜索引擎优化基础

本节主要讨论 SEO 的相关内容。

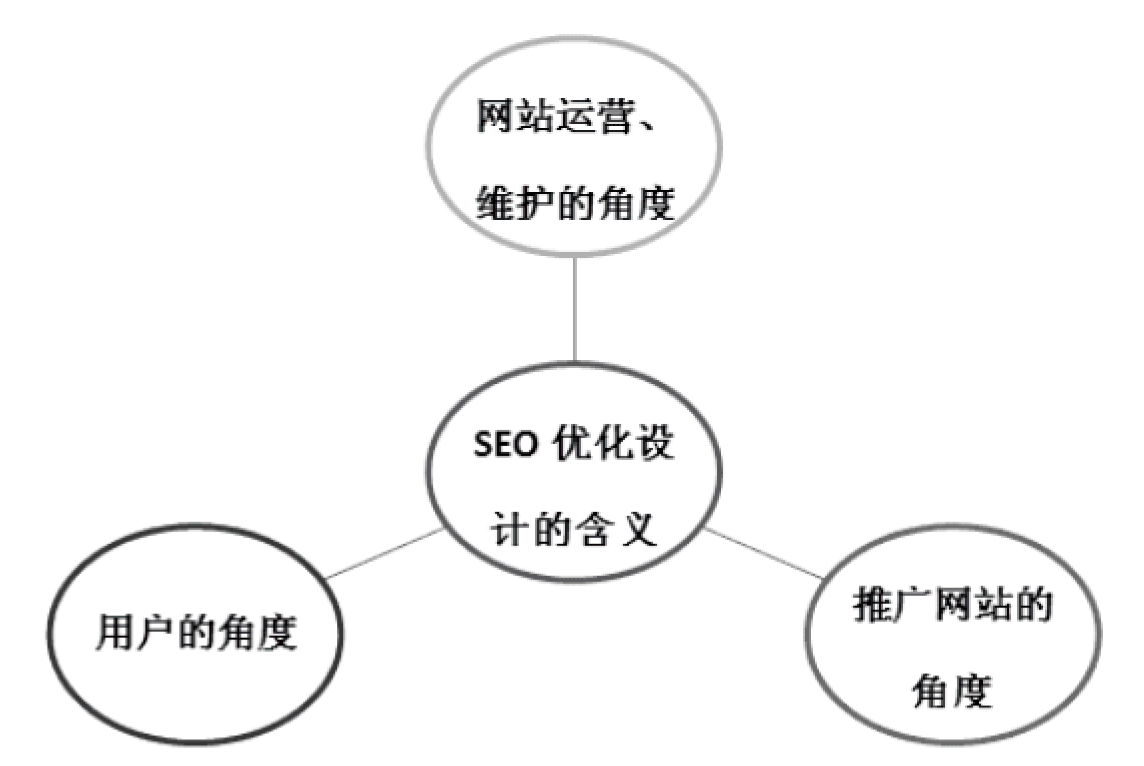
2.1.1 什么是 SEO

SEO 是 Search Engine Optimization 的英文缩写，是指通过采用易于搜索引擎索引的合理手段，使网站各项基本要素适合搜索引擎的检索原则并且对用户更友好（Search Engine Friendly），从而更容易被搜索引擎收录及优先排序，它从属于 SEM（网络营销）。

真正的搜索引擎优化重视的是网站建设基本要素的专业性设计，让其适合用户获取信息，同时也适合搜索引擎检索信息。网站优化的出发点和最终目的对用户以及搜索引擎都是一样的，都是为了给用户获取网站的信息提供方便，所以从根本上说，网站优化既是对用户的优化，也是对搜索引擎的优化。但是，人们在对 SEO 理解上往往会有所偏离，或者是存在以偏概全的现象。那么，该如何正确理解 SEO 呢？希望通过下面的内容，让读者在对 SEO 理解上起一个正确的导向作用。

1. SEO 优化设计的含义

SEO 优化包括对用户优化、对网络环境（搜索引擎等）优化，以及对网站运营维护的优化三个层面的含义。下面分别从优化三个层面的含义对 SEO 优化进行分析，如下图所示。



- 推广网站的角度：从推广网站的角度来说，进行了 SEO 优化设计的网站，能够让搜索引擎更顺利地抓取网站的基本信息。当用户使用搜索引擎进行相关的检索操作时，通过企业期望用户关注的、出现在理想位置的网站摘要信息来吸引用户的关注，从而提高用户对企业产品的兴趣。最终，使得用户去单击搜索结果中的企业网站，从而通过网站去获取进一步的产品和服务信息，最终使得该用户成为顾客的这样一个宗旨。
- 用户的角度：因为在对网站进行 SEO 优化设计过程中，会基于用户的角度，进行用户体验的优化设计。经过这样的工作之后，可以使得用户浏览网站的信息、使用网站的服务变得更加便捷。
- 网站运营维护的角度：基于网站运营维护的角度考虑，通过 SEO 优化设计的网站，可以让网站运营人员对网站的管理维护变得更加方便，从而有利于网络营销方案的实施。将这个过程中积累的有价值的网站营销资源，成为今后网络营销方案的拓展、补充。只有经过网站优化设计的企业网站才能真正具有网络营销导向，才能与网络营销策略相一致。

2. 优化导向

网站优化设计并非只是搜索引擎优化，还包括其他的内容，搜索引擎优化只是网站优化设计中的一部分，并不是全部内容。但是，由于这部分内容对于网站推广的影响非常明显和直接，在实际操作过程中需要引起更多的重视才可以。另外，在有关网站设计对网站推广优化的内容中，没有特别地去强调搜索引擎优化的作用，所以说真正的网站设计优化应该把坚持用户导向作为首要任务，其次才是搜索引擎导向。

2.1.2　SEO 的发展历程

SEO 已经经历了不短的年头，任何事物，从它的产生到不断地发展，都有一个属于它自己的发展历程。SEO 的发展主要有以下几个过程，如下图所示。



1. 数据库搜索

1994 年 4 月，Stanford University 的两名博士生，美籍华人 Jerry Yang（杨致远）和 David Filo 共同创办了 Yahoo。随着访问量和收录链接数的增长，Yahoo 目录开始支持简单的数据库搜索。

2. 自然语言搜索

1995 年底，推出了 AltaVista，AltaVista 是第一个支持自然语言搜索，具备了基于网页内容分析、智能处理能力，是第一个实现高级搜索语法的搜索引擎，同时还有搜索新闻群组和图片等功能。

3. 网站的收录

Yahoo 最开始是以人工编辑方式来进行网站收录的，一般只要在提交网站 72 小时内，就可以出现在搜索结果中了。

4. 最初的搜索引擎

最初的搜索引擎，只要网页的关键词密度达到一定标准后就很容易被收录，从而也造成了大量垃圾网站通过堆砌关键词，以及不负责地制造泛滥的垃圾信息来获取较好的排名，很快就让搜索引擎吃不消了。这基本上就是 SEO 发展的雏形：一方面是要正确地按照搜索引擎需求合理地调整页面的网站，另一方面则是通过一些钻搜索引擎空子、大肆制造垃圾关键词排名上来的网站进行清理。

5. Google Dance

1998 年 Google 正式成立，其依靠全新的搜索技术，对恶意优化的网站进行了一系列大规模的处罚（Google Dance）行动，使得某些网站在一瞬间便排列在搜索结果之外，给予了那些恶意优化的网站以最严厉的惩罚，虽然这些反击行为，由于技术的原因，也使一些通过正规途径优化的网站受到误罚，但最后却使得所有的人认识到，还是得好好按着搜索引擎的喜好方式进行合理的网站优化才是长远之计，靠恶意优化只能带来网站被摒弃的厄运。

经历了这一系列发展之后，SEO 的理论从此走向发展的光明大道，一直到今天，已经成为了一个不小的行业，它吸引着越来越多的人投入到这个行业中。

2.1.3　SEO 的作用

SEO 的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面、如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术来对网页进行相关的优化，使其提高搜索引擎排名，从而提高网站访问量，最终提升网站的销售能力或宣传能力的技术。SEO 的作用不仅仅如此，其它作用有待于我们今后不断地去发现，但离不开以下几点：

- 可让更多的用户更快地找到想找的东西。
- 可以让相关关键词排名靠前。
- 让有需求的人首先找到你。
- 提供搜索结果的自然排名，增加可信度。
- 让网站排名自然靠前，增加网站浏览量，促进网站宣传和业务发展。
- 增加优秀网站的曝光率，提升网页开发的技术。
- 更加方便不懂网络或者知之甚少的人寻找到需要的网络知识。
- 扩张资本规模。
- 优化企业财务结构。
- 通过 SEO 进行资产重组。
- 调整产品结构，促进产业升级。
- 品牌保护。

2.1.4　搜索引擎优化分类

很多人初次接触搜索引擎优化工作时，通常是从发帖、写文章、添加友情链接等比较容易操作的方面开始入手的，其实这些方面可以说是搜索引擎的站外搜索引擎优化。从目前搜索引擎自身技术的发展来看，可以大致将搜索引擎优化分为站内搜索引擎优化和站外搜索引擎优化。下面来具体了解这两种优化方式。

1. 站内搜索引擎优化

站内搜索引擎优化对于初学者来说是比较难操作的，但是对网站所有者来说，站内 SEO 是比较容易控制的，因为网站是属于自己的，可以根据自己的要求对网站内部的结构、内容等方面进行优化，从整体来说，站内 SEO 是比较重要的，如果在建站初期将网站内部优化好，那么日后的网站外部优化就会比较容易出效果了。如果要对网站进行内部 SEO，要从哪几个方面入手呢？站内搜索引擎优化（站内 SEO）大体上可以分为以下几个部分：

- 域名空间优化。
- 关键词策略及优化。
- 网站结构优化。
- 网站内容策略。

- 网站内容链接策略。
- 页面代码优化。

2. 站外搜索引擎优化

如果已经了解了一些网站建设知识的话，那么站内搜索引擎优化操作起来会更容易。如果对建站知识不了解，那么可以从站外搜索引擎优化入手。对于站外 SEO 来说，这方面的工作量比较大且复杂，站外 SEO 大体上包括以下几个部分：

- 交换友情链接策略。
- 博客与论坛外部链接策略。
- 百科与分类目录推广策略。
- SNS 社区策略。
- 知识问答策略。

不论是站内搜索引擎优化还是站外搜索引擎优化，它都要求 SEO 人员具有学习和勇于实践的基本素养。举个例子，在“百度知道”里发帖，同样是推广一个关键词，为什么有的人发的帖能够第二天在百度里搜索到，而有的人发的帖却不见影？这就涉及关键词优化的问题。因此，搜索引擎优化除了要求不断持之以恒地去做，而且在技术方面也要求不断地学习和提升。

2.2 搜索引擎优化的目标

如果只是简单地理解搜索引擎优化的目标，其实就是获得更好的排名，但是这样片面的理解是不利于深入学习搜索引擎优化技术的。

总体而言，搜索引擎优化的目标是“通过过程贯彻思想”：从网站策划、网站建设到网站运营，整个过程都离不开搜索引擎优化，每个环节都应该具备优化思想。

2.2.1 提升网站访问量

提升网站访问量最简单的办法是使自己的网页排名靠前，这也是搜索引擎优化最常见的目标，就是在搜索引擎许可的优化原则下，通过对网站中代码、链接和文字描述的重组优化，加上后期对该优化网站进行合理的反向链接操作，最终实现被优化的网站在搜索引擎的检索结果中得到更靠前的排名，进而提高点击率，让产品展示在用户面前。

通过搜索排名的不断提升，网站可以获得更多的流量，让更多有需要的用户进行访问，如下图所示。

访问来源	PV(Top100来源访客访问页数)	百分比
总计	26461	100%
http://www.baidu.com	10068	38.05%
http://baike.baidu.com	5319	20.1%
直接输入	3279	12.39%
http://www.google.com.hk	2428	9.18%
http://www.soso.com	2428	9.18%
http://www.sogou.com	1130	4.27%
http://web.gougou.com	295	1.11%

需要特别指出的是，好的排名不一定产生较好的流量，经常会有排名一样的网站，有的网站单击转化率高达 5%，而有的不到 0.5%，这也敦促大家要改变以排名为目的的思想。

2.2.2 提升用户体验

除获得更多的访问量外，搜索引擎优化还需要通过对网站功能、网站结构、网页布局、网站内容等要素进行合理设计，使得网站内容、功能、表现形式等方面，更好地满足用户体验的需求，让访问者和潜在客户获得自己想要的信息，从而突出网站自身的价值。

用户体验方面的优化点很多，大概而言，经过用户体验优化的网站，访问者可以方便地浏览网站的信息、使用网站的服务。具体表现形式很广，如以用户需求为导向的网站设计、网站导航的方便性、网页打开速度更快、网页布局更合理、网站信息更丰富、网站内容更有效以及网站形象更有助于用户产生信任等。

2.2.3 提高业务转化率

搜索引擎优化的最终目标还是在优化的过程提高业务转化率，给企业带来生意，提升企业的利润。这一点是最重要的，特别是一些 SEO 新手，往往只是考虑排名或者用户体验，而忽视了这个根本目的，至关重要的是排名和用户体验都要为业务转化服务。

2.3 为什么要做 SEO

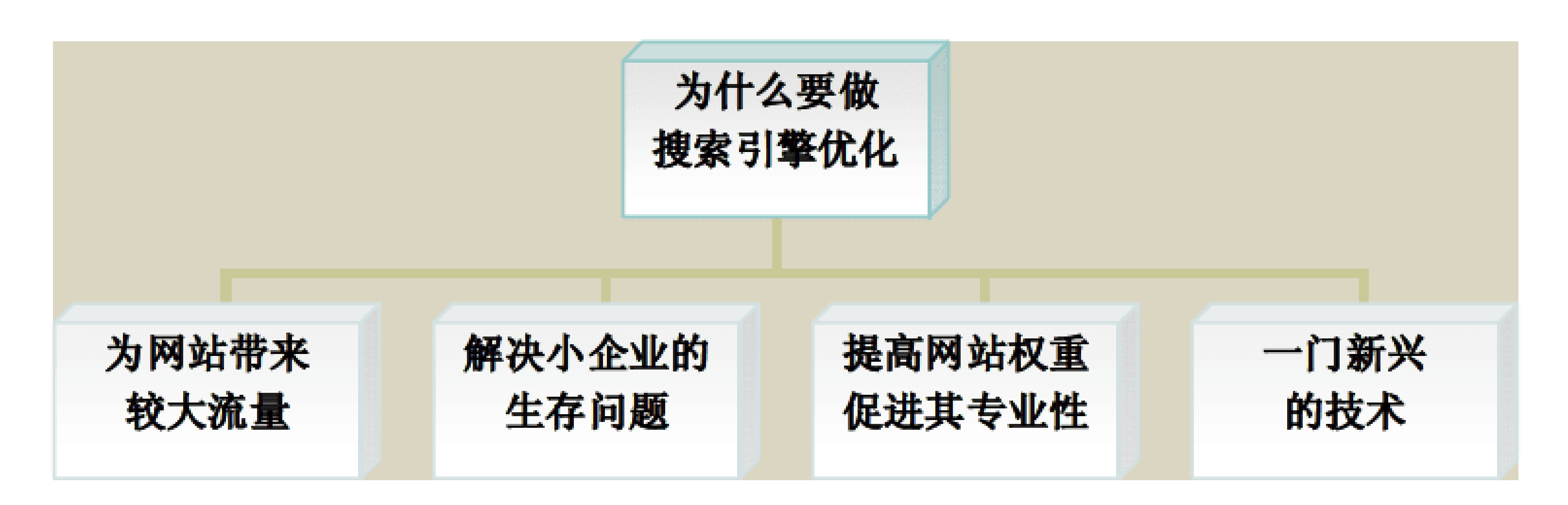
当今上网最离不开的是什么？也许有人会说网址导航；也有人会说新浪、搜狐等；但是，如今的网络信息可谓是铺天盖地，资源不一定只掌握在那些大网站手里；网络上的资源到处都有，很多都不是靠哪一家网站可以独立拥有的。这些资源都分布在网络的各个地方、各个角落，其分布非常分散。因此，获取信息最离不开的就是把这些资源进行整合，按各种分类索引归类处理，并在用户需要的时候能够很容易地调用出来，那就是搜索引擎。下面，带大家来领略一下搜索引

擎优化的风采，如下图所示是著名的搜索引擎——百度首页。





对于为什么要做搜索引擎优化这个问题，总的来说，是为了一个目的或者利益目标。具体可以将其分为以下几个方面，如下图所示。



1. 为网站带来较大流量

几乎大部分网站都是靠流量生存的，如果没有流量，则网站使用者就较少，网站存在的价值就小。通过搜索引擎优化，即可使网站更符合搜索引擎的需要，将会优先根据网页标题、描述、内容等信息进行索引入库，这样访客通过某一关键字从搜索引擎搜索时，此网页便会以较好的排名结果展示给用户，从而通过搜索引擎带来流量的增加。

2. 解决小企业的生存问题

网站流量大不是最终目的，网站的最终目的是要实现营销（政府及非营利性网站除外），特别是一些依靠互联网为生的中小企业，没有足够的资金去投竞价广告，只能做好网站优化，从而提高排名，获得访问量，进而将访问量转化为利润。

3. 提高网站权重，促进其专业性

一个网站好不好，权重高不高，要依靠大量的数据来说明，从目前来看，影响网站权重的主要有：网站流量、PageRank 值、网站收录数、搜索引擎更新频率、内部链接和外部链接等。网站权重比较高了，在其所在的领域便会成为最专业、最具用户喜爱的网站之一，不管是不是以盈利为目的，专业的东西比“山寨”的更让人喜欢。

4. 搜索引擎优化是一门新兴的技术

这是一个靠能力吃饭的时代，在互联网迅猛发展的今天，搜索引擎更是人们网络生活中使用最多的工具之一，因此，掌握一门关于互联网方面的优化技术，不管对于技能的提升，还是对今后的职业生涯，都有不小的帮助。新时代的互联网人，也必须要懂得 SEO，会用 SEO。

2.4 案例 1——搜索引擎与 SEO

SEO 又称搜索引擎优化，它离不开搜索引擎，因为优化需要在搜索引擎的基础上来着手进行。搜索引擎与 SEO 是不可分的，就像鱼离不开水，两者是同样的道理。下面分别对搜索引擎与 SEO，以及两者的关系进行介绍。

1. SEO 人员

搜索引擎优化，离不开对其进行操作的技术人员。其实，可以将搜索引擎看做是一个工具，SEO 技术人员对这个工具通过一定的方法进行控制或引导，使其达到收益的目的。由于搜索本身的高价值和标定性，搜索引擎和搜索引擎优化人员之间，自始便存在对抗的关系。至今，该领域的人员一直在就如何缩小这种敌对关系差距以及如何最小化太过于侵略性优化造成的损坏效果进行着不断的探索。

案例

在简单了解了情况之后，下面通过一个案例，进行进一步的了解。这个案例是关于搜索引擎操作者与搜索引擎之间的。具体情况如下：

> 2002 年，搜索引擎操作者 SearchKing 在俄克拉何马法院提出了诉讼，反对搜索引擎 Google。SearchKing 的要求是，Google 防止垃圾索引的手段构成了一条不公正的商业惯例。这更像垃圾电子邮件营销者控告反垃圾电子邮件者一样，如同许多反对地图以及其他 DNS 黑洞表（DNSBL）的案例。2003 年 1 月，法院发布了一个 Google 胜诉的判决摘要。

2. 两者关系

搜索引擎和 SEO 应该达到一种良性的共生关系，从而降低搜索引擎与 SEO 行为间的摩擦。例如，在网站建设过程中使用 Flash 或者 Ajax 的内容，这样是不利于搜索引擎爬取和索引的，映射到 SEO 行为，这样的 SEO 行为是不合理的。如果掌握了 SEO 的基本原理，在网站建设过程中合理实施优化，就能帮助网站的资源实现并发挥其更好的检索作用，改善用户的搜索体验。

搜索引擎的潜在优势在中国还没有被很好地开发出来，中小企业对于如何做互联网营销的经验相对比较缺乏，从而在业界充斥着 SEO 如何矛盾的舆论和猜想。这样的环境存在着机遇与挑战，需要 SEO 人员去不断地完善搜索引擎的工作机制，引导广泛合理的 SEO 行为。

2.5 实现 SEO 的流程

仅仅只通过搜索引擎优化工作，是远远不能满足搜索引擎优化需要的。完成 SEO 不算完成，真正意义上的完成，是成功地、出色地实施了搜索引擎优化的相关工作，这才是一个成功的 SEO 项目。要实现成功的 SEO 项目，需要做好以下几方面的工作。

2.5.1 分析网站特征

对网站进行搜索引擎优化之前，进行网站的分析，了解并熟悉网站的特征，是一项非常重要的工作。在互联网中，企业网站占着非常大的比例。浏览网站的过程中，此类网站几乎如影随行。商业网站除了突出网站自身的商业性和艺术性，它还承载着一个企业的文化和品牌的宣传、导向作用。一个好的网站设计，用助于企业树立好的社会形象。什么才算是好的企业网站呢？通过下面对商业性网站的特点分析，来对其进行了解与认识。

1. 网站的商业性

针对企业商业目的进行的相关设计，足以突出网站的商业性。主要可以通过商业性的功能、栏目、页面这几方面的设计来展现。

2. 网站的艺术性

网站的艺术性，最主要的目的是要考虑用户在浏览过程中的视觉感受。例如，在浏览网页的过程中，出现的一种自动弹出的广告，会在屏幕中来回移动。这样的现象，是对用户浏览的一种干扰。如果严重的话，用户会关掉页面，不再浏览该网站。因此，也就不可能有好的浏览感受。如下图所示，是某网站的页面，进入该页面，其中位于页面左右两侧的框架挡住了网页中的很多内容，干扰了浏览者对页面主要内容的阅读。



3. 实例分析介绍

根据商业性和艺术性两个维度，可分别通过几种类型的网站，结合实例的形式，进行网站特点的具体介绍。

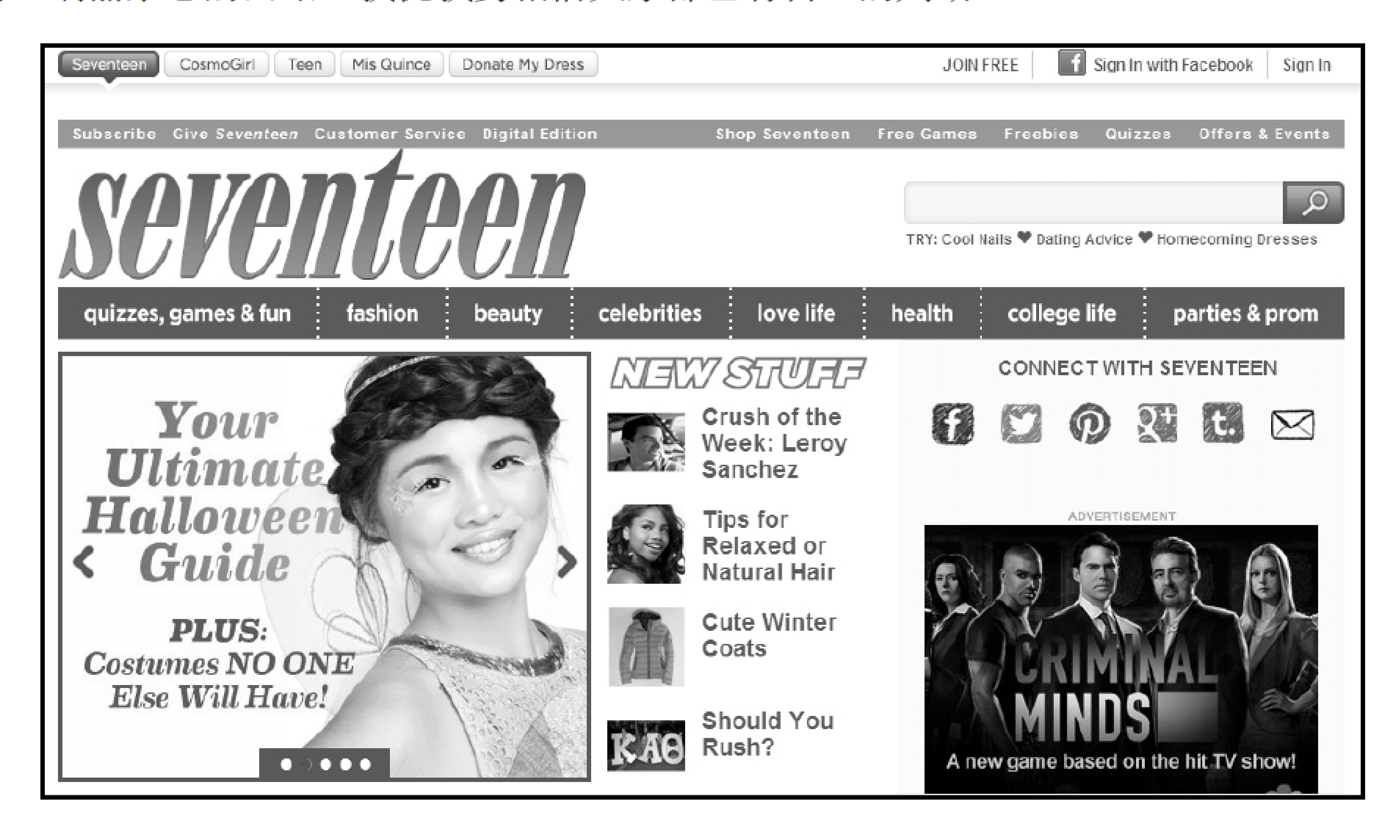
（1）资讯类网站

这里分别选取国内外资讯类网站的代表，进行网站特征的分析。例如国内的瑞丽杂志网站、国外的 Seventeen 网站，都是面向女孩的网站。下面对这两个网站分别进行介绍。

瑞丽杂志页面如下图所示，网站采用粉红为基调，以突出其面对女孩这一用户群的特点。



Seventeen 网站页面如下图所示，同样是面向女孩用户群体的网站。网站同样采用粉色为基调。对比瑞丽杂志的网站，孰优孰劣相信大家都已有自己的判断。



（2）展示和体验类网站

作为展示和体验类网站的代表，迪士尼网站算是做得很好的一个，如下图所示，是该网站的中文页面效果，其中最大的一个特点就是网站的颜色种类比较多。一般做网站时在颜色搭配方面会尽量不超过 5 种，迪士尼采用此类色彩搭配方式，跟其所面对的用户为儿童有着绝对的关系。



通过对上述几家网站的页面分析，能得出这样一个结论：网站在特征方面与网站的目标群体，即该网站的用户群有着密不可分的关系。很大程度上，网站的所有特征取决于网站用户的喜好及其习惯。

2.5.2　分析网站结构

在进行网站分析过程中，如果只了解网站的特征，是远远不够的，还需要对网站的结构有非常明确并详细的了解，这也是分析的目的之一。不同的网站，特别是不同类型的网站，在网站结构上肯定有区别。接下来，以简单的实例形式来了解几个有代表性网站的结构。

1. IBM 网站

作为一家大型公司，IBM 网站有着其独特的设计风格、颜色搭配、适合人群、网页的布局和功能等网站结构相关的元素。通过以下内容，对其进行简单的分析。

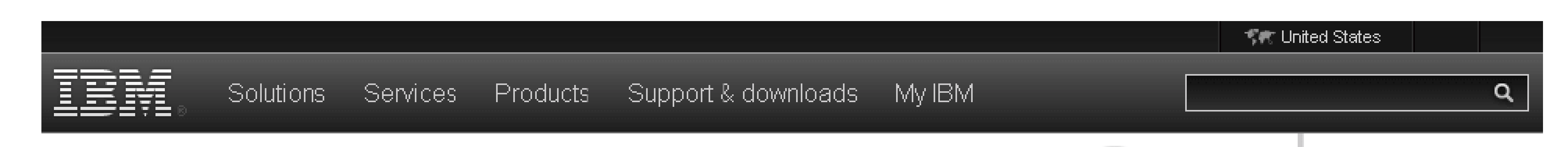
（1）网站颜色

IBM 网站的颜色较多地使用了蓝色，这同网站的类型有着直接联系。蓝色给人大气、沉稳的感觉，从而延伸到科技层面，足以给用户传递一种可以信赖的信息。整体的颜色明度低，也表达了企业内敛、不张扬的特性。

（2）网站的导航与搜索功能

如下图所示，是网站的导航条和搜索功能的界面设计，一个网站如果没有在自己的网站上展

示自己的产品和技术，那么也就失去了建立网站的意义。IBM 网站通过设计清晰合理的导航，搭配搜索功能，足以让用户能够快速找到信息，从而提高用户体验的满意度。

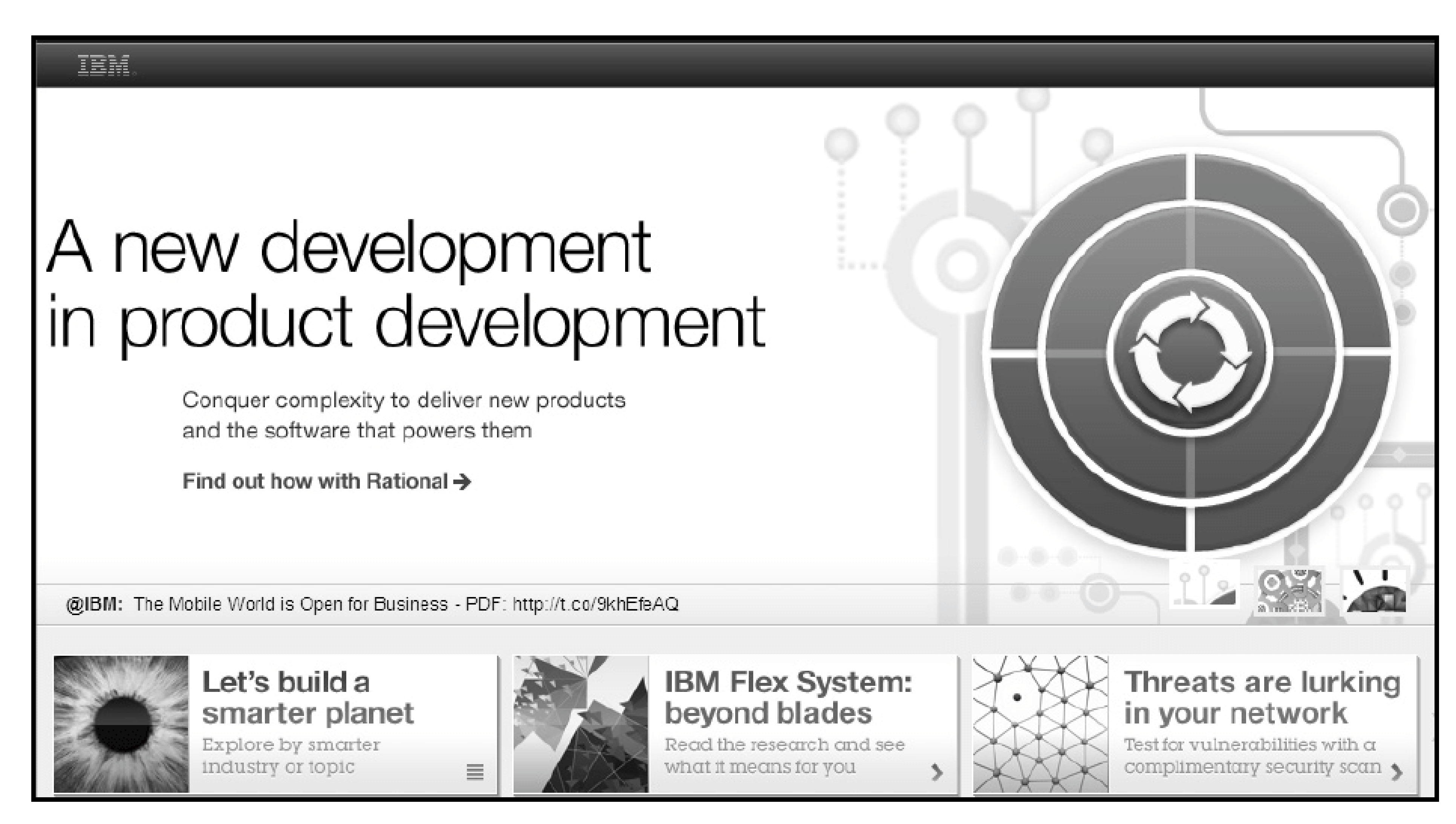


（3）网站的用户群体

网站从内容设计上，充分考虑、分析了用户群体的需求。网站在内容和图像素材的选择上，多以新技术、新产品为主要对象。这同用户群体多为计算机行业相关人员为主这一原因有着必然联系。

（4）网站的布局

分析网站的布局，可以看出 IBM 网站是有助于信息分类的。因为其在布局上采用了水平拆分的方式，从而使得网站的层次感和精确感显得十分得强烈。如下图所示，是网站的页面内容。



2. 麦当劳网站

作为一个食品行业类型的网站，麦当劳又是怎样突出其自身的网站结构的呢？分析并总结该网站，主要有以下几点。

（1）网站颜色

麦当劳网站的颜色以黄色、红色为主，再搭配其他的暖色调，其中，红色被喻为“食欲色”，该颜色不但能够引发浏览者的食欲，而且让人联想到好滋味。网站在颜色选择上符合其食品行业这一网站类型的结构需要，如图所示。



（2）综合信息

因为“麦当劳”这一类美式快餐常被质疑影响公共健康，为了给用户宣传一种健康理念，网站在内容上提供食品营养、食品质量和安全方面的综合信息。例如下图所示，是网站中“美食与营养”这一导航菜单下的页面内容，其功能就是针对这类综合信息的。



通过对以上不同行业网站的分析，可以看出不同的网站，都带有明显的自身行业特点，并且在结构设计中给予展现。这样的网站结构，才是一个符合企业自身特点的网站结构。

2.5.3 分析网站目标群

只有了解了网站的目标群体，然后根据这些目标群体的喜好，设计制作相关的网站内容，再跟据这些对网站进行搜索引擎的优化，才能使得优化效果达到理想值。关于网站目标群的分析，需要做好以下两方面的工作。

1. 分析目标用户群

在对网站进行搜索引擎优化之前，对于网站的目标用户群在哪里，需要进行详细的分析。例如，了解目标用户群所在的区域，以及用户群的男、女比例。通过对此类情况的分析，有助于精确选择关键词。

2. 分析目标用户群的搜索习惯

例如，以想学习 SEO 优化知识的用户群为例，可以搜索与 SEO 优化知识相关的长尾关键词，如 SEO 优化在哪里学、学习 SEO 优化的方法、最简单的 SEO 优化学习方法、SEO 优化视频教程等。因为这些情况的存在，就要求我们对目标用户群的搜索习惯进行分析、了解。

2.5.4　制定优化策略

在对网站实施优化之初，制定一个详细、合理的优化策略是一项必不可少的工作。通过优化策略的制定，可在实施过程中，能够有一个开展工作的相关参照和依据。这样，能够为搜索引擎优化工作的开展打下良好的基础。网站优化的策略主要有以下几种。

1. 关键词策略

让搜索引擎能够抓取的域名、title 标签、meta 标签、正文、链接文本、文件名、alt 标签、header 标签等文本中都尽量带有关键词，这就是对于关键词策略的实施。

2. 域名策略

在域名中包含关键字，并且采用连字符“-”的方式突显，此方式就是域名策略。

3. 虚拟主机策略

此策略要求了解与网站的 IP 共享的那些站点，并要掌握站点的受惩罚情况。

4. 网页文件目录策略

网页文件目录有着一定的层次，在进行分层的时候，尽量控制在三层。然后，使用包含关键字的名称对目录文件夹进行命名。

5. 文件存放策略

随着网页制作技术的不断提高，JavaScript 文件和 CSS 文件在制作过程中，被大量地应用，需要通过文件存放策略，把此类文件放在外部文件中，以利于优化。

6. 动态策略

网页动态化有利于用户体验，但是不利于搜索引擎抓取。通过改写 URL 的方法，修改动态页面的 URL 为静态的 HTML 文件，实现 URL 中不包含“？”、“=”符号，这就是动态策略。

7. 框架策略

框架页是搜索引擎蜘蛛无法爬取的。通过 noframe 标签，将指向 frame 页的链接或带有关键词的描述文本包含在其中，就可以实现对框架页的优化。

8. 图片策略

使用 alt 标签是对图片进行优化的策略。另外，还需要在图片旁边加上含关键词的文本注释。

9. 链接策略

在现在的优化实施过程中，通过增加外部链接的数量，提高外部链接的质量，从而使得网站在搜索引擎上有一个很好的排名，这是实施链接策略的原因所在。

2.5.5 实施优化策略的步骤

接下来，就可以参照先前制定的优化策略，有序地实施各项优化工作了。根据优化策略的相关内容，将优化工作分成若干步骤，然后再依据这些步骤去一步一步地完成就可以了。关于优化策略的实施，主要有确定目的、分析数据、制定计划、执行方案和调整优化这五大步骤。

1. 确定目的

通过明确营销目标、受众目标、网站目标这三个方向，来确定目的。

- 营销目标：明确营销所要达到的目标是为了提高企业知名度，还是通过网站实现销售额的增加。
- 受众目标：受众目标需要明确的是企业的受众是学生还是社会人员等此类情况。
- 网站目标：明确网站的目标是晋升流量还是晋升转化率。

2. 分析数据

对于 SEO 行业的人员，分析数据主要是进行目标关键词和寻找长尾关键词的相关数据的分析。通过选取行业中竞争度处于中间位置的关键词和三个左右竞争力较小的关键词，开展关键词数据的应用、实施，从而实现在短时间内提高网站信任度。

3. 制定计划

根据已经制定的策略，为策略的实施制定相关的实施计划是一项必不可少的工作。在制定计划过程中，需要重点明确以下内容：

（1）主关键词的优化时间和目标的时间安排。
（2）网站程序及服务器情况的确定。
（3）内容结构层次、URL 静态化的优化计划。
（4）对网站中具体内容的风格做计划。

（5）创建内容更新频率的时间安排。

（6）创建外链建设的优化计划。

4. 执行方案

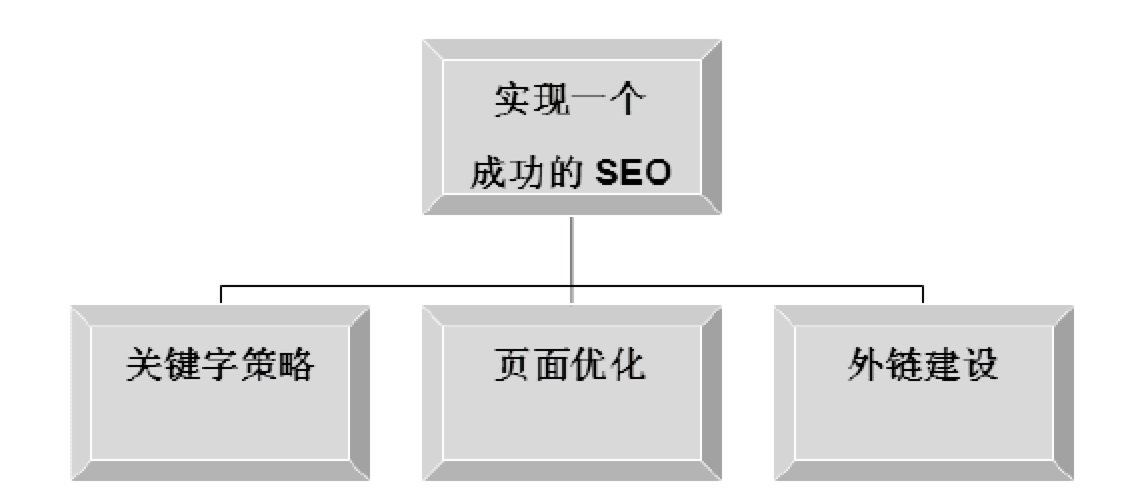
根据已经制定的优化策略以及实施优化策略的步骤，执行搜索引擎优化方案。

5. 调整优化

在根据方案、计划实施优化的过程中所反映的问题、现象，针对性地对优化方案，以及优化实施的方法进行调整。

2.5.6　检测与调整优化策略

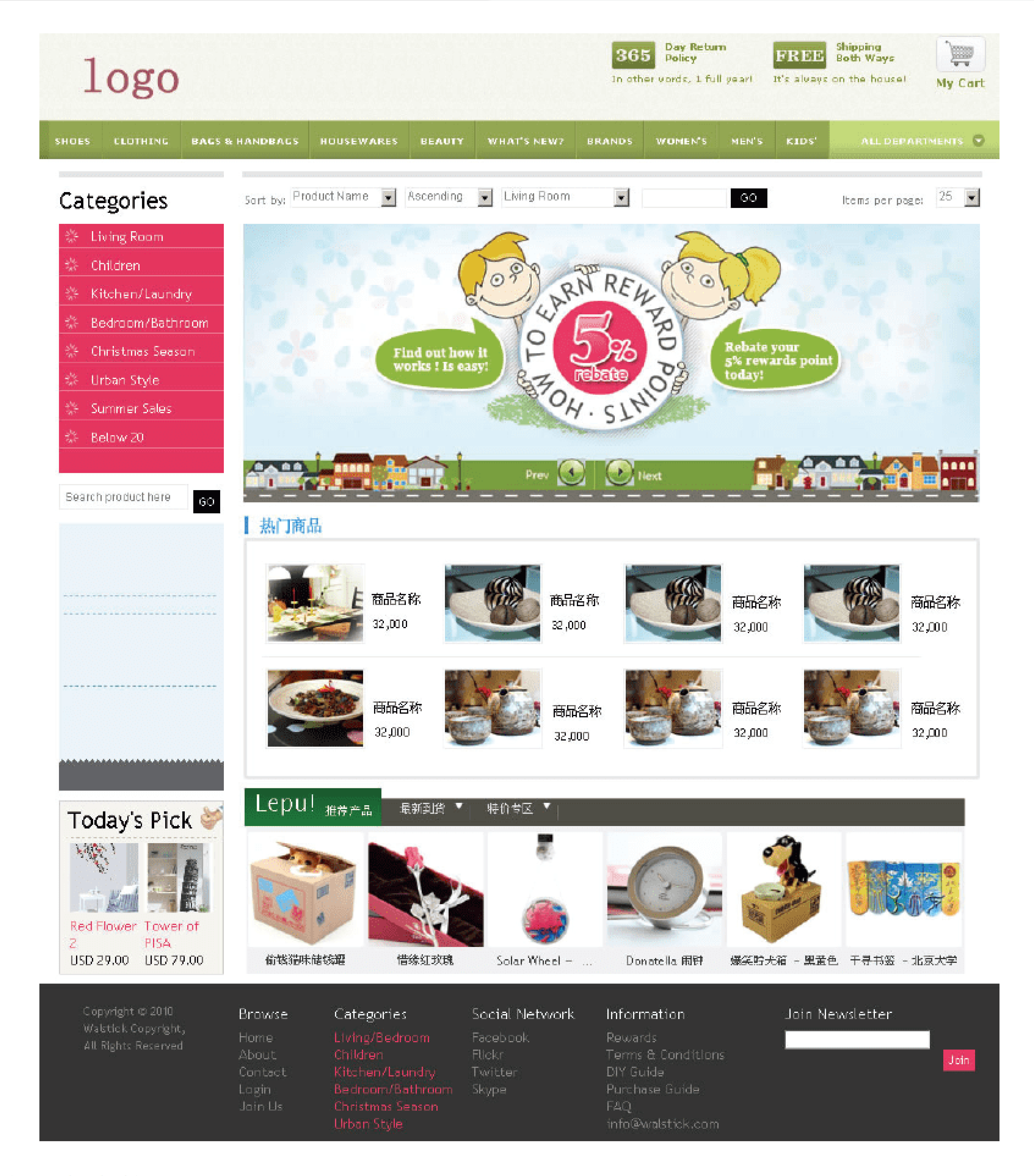
因为优化策略是通过对网站的分析，在开始优化工作之前制定的。在具体的实施过程中，难免会有疏忽或不足的地方。在实施优化策略过程中，通过对优化效果的检测，有针对性地进行优化策略的调整，也是一项重要的任务。只有这样，才能给网站提供更好、更高效的 SEO 方向和策略。下面通过实例的形式介绍要实现一个成功的 SEO 需要做好的几方面工作，如下图所示，从而分析优化策略检测与调整的相关内容。



1. 关键字策略

关键字在网站的优化过程中，起着一定的作用。在确立和布局网站的关键字过程中，可以通过现有的网站结构来反推属于自身网站的关键词策略。习惯上都是通过站点的性质来决定关键词的，再通过关键字来决定网站的结构以及内容。为什么要与习惯有所不同呢？这同网站的结构及其内容的固有性因素有一定的关系。

例如，如下图所示是一个 B2C 商城网页，其中有着固定的内容，例如结构。分析结构可知，页面由首页、类目页以及单品页所组成。但是，如果将这种固有的模式抛弃，不再采用，就会在浏览上和学习成本等方面带来麻烦。以此商城网站为例，下面的内容围绕其关键字策略进行介绍。



（1）关键字安排

习惯上业内将主攻的品牌词放在网站首页。产品名称的关键词则会将其放在单品页上。然后，类目页的关键词则会根据网站产品的不同，也会随之改变，产品不同选择也会有所区别的。以网站售卖的品牌归属为例，采用“品牌——产品类目”方式进行关键词的布局，但这仅仅是针对品牌归属不是自己时的选择。如果是属于自己的产品，进行这样的关键词布局就不是适合的方式了。

（2）长尾策略

仔细分析后可看出，在关键词中，经常会发现下面的组合，例“产品+好不好”、“产品+怎么样”等类似这样的词缀。研究它们可以发现，这种类型的关键字搜索量大、用户意向比较明确。另外，此类关键字的竞争不激烈现象比较明显，这是其一大好处。虽然这些长尾的关键字检索量不高，但胜在数量多，而且这些关键词的意向十分明确，对于网站吸引长尾关键字流量，效果是非常好的。除此之外，它还蕴涵着抢夺竞争对手的“功效”，虽然这种效果不细查很难被发现，但效果却是真实存在的。

2. 页面优化

关于页面优化，需要做的就是将关键字策略贯彻到网站结构及页面要素上。如下图所示是梦

芭莎的网站首页。以此页面为例，下面简单介绍其页面优化的相关内容。



要分析该网站的页面是否优化，主要看以下几方面：

（1）对页面的 Meta 元素进行了个性化设置。

（2）为了凸显页面的核心关键字，在页面的边栏上增加了一个文本块。

这一效果在这里提出来，主要不在于它增加的这个文本块，而是想介绍文本块中的文字，为了让这些文字更具有可读性，网站确实下了功夫。

（3）将用户对商品的评论做了一个聚合。

网站为了展示“产品+好不好”、“产品+怎么样”这样的关键词策略，并解决 B2C 网站页面无法经常更新的难题，将用户对商品的评论做了一个聚合，如下图所示。从搜索引擎对该网站的收录情况来看，这样的用户评价聚合页面效果十分明显。这个方法，值得借鉴和学习。

如何支付　30天无条件退货

商品评价（共(7835)条评价）

用户评分
肤　感
吸收度
包　装

用户体验
29.3%　的用户认为实际效果(缓慢)
64.6%　的用户认为实际效果(有效)
6.1%　的用户认为实际效果(明显)

查看更多评论>>

评分：　2012/10/17 18:54:43　772******qq.com　广东

标题：不错的。
评价：应该不错。

评分：　2012/10/17 17:28:42　lhu******63.com　浙江

3. 外链建设

外链建设分为不同的形式，主要有友情链接交换和付费链接两种形式。下面对这些形式进行具体分析。

（1）友情链接交换

这里来看一些权威数据，根据权威调查得出，全球 80%网站的访问量有 70%~90%都来自搜索引擎。鉴于上述原因，让搜索引擎收录更多的网页，就是提高网站访问量最有效的方法。可以清楚地看到，友情链接的好处不在于可以给您的网站带来多少直接的访问量，而在于它会让搜索引擎更多地收录您的网页。

（2）付费链接

天下没有免费的午餐，所以说付费方式，还是有必要的。现在的网站 SEO 或多或少都使用过付费链接。从如下图所示的搜索引擎数据来看，排名在前面的其本上都是付费的。



2.6 搜索引擎优化的误区

搜索引擎优化从本质而言，是一种提高网站自身质量、提升内容含金量的技术，但是由于受到的关注比较多，人气比较热，网络上的论点也比较繁杂，所以很多想学习搜索引擎优化的新手容易进入误区，主要表现在如下几点。

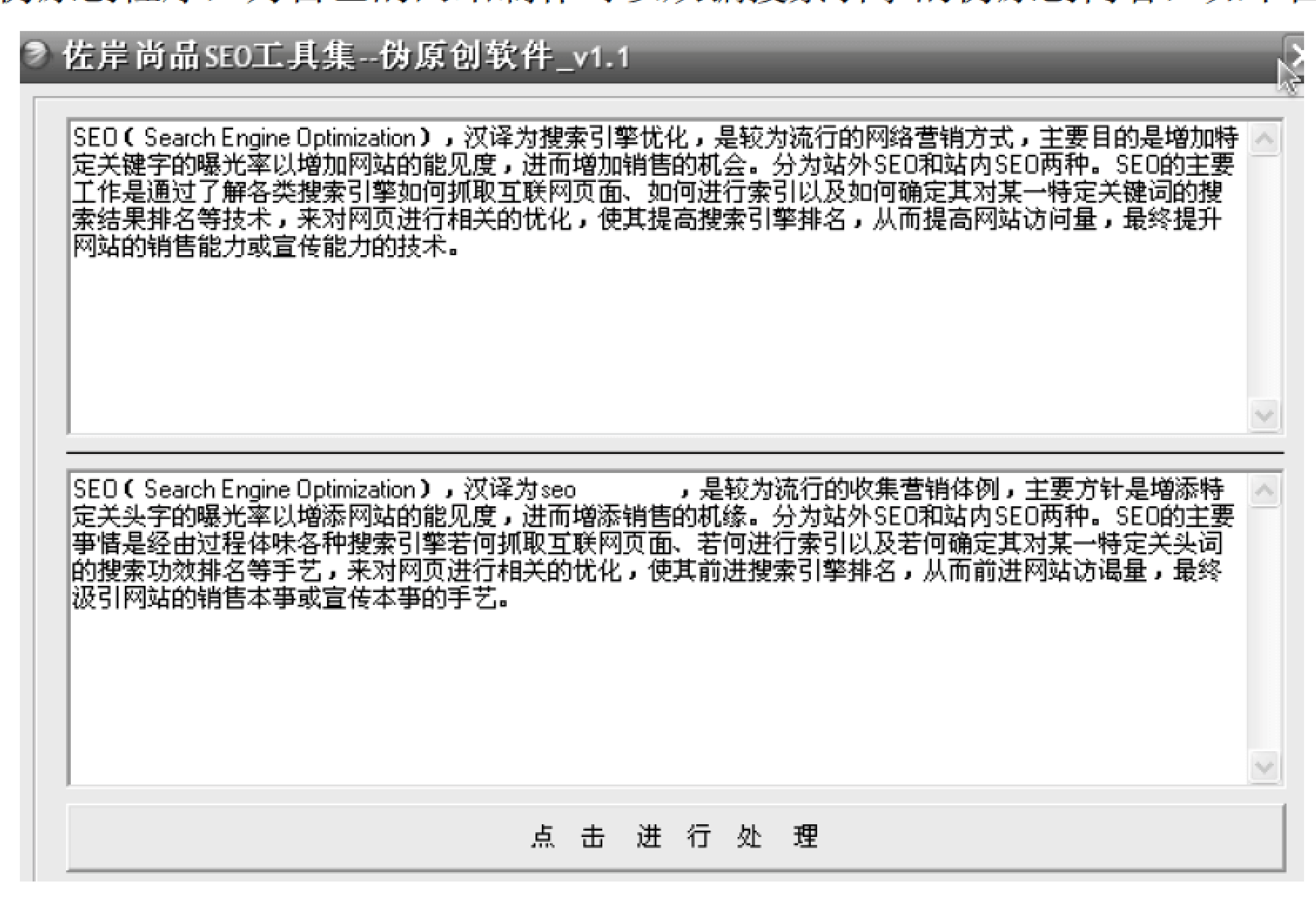
2.6.1 为了搜索引擎而优化

搜索引擎优化很多时候只是一种手段，一种策略，它的目标表面上看是搜索引擎的排名，但是实际上最终由访客判断是否为所需内容。

有一些 SEO 新手，抱着“我就是为了搜索引擎而进行的优化！”的态度，他们不站在来访用户的角度看问题，不考虑来访者阅读体验、浏览习惯，采用很多“貌似”有利于搜索引擎的技术，

单纯地为了搜索引擎而进行优化，这种没有把握本质的做法，是走不远的。

“为了优化而优化”的例子很多，比如时下火热的“伪原创”就是很好的例子：搜索引擎已经越来越重视原创的内容，但是很多网站并没有能力、精力、时间去为自己的网站原创一些内容，所以就采用伪原创程序，为自己的网站制作可以欺骗搜索引擎的伪原创内容，如下图所示。



所谓“伪原创”，就是把一篇文章用程序进行再加工，使其让搜索引擎认为是一篇原创文章，从而提高网站权重。这些伪原创工具，通常通过非常生硬的词语替换、段落调整、语句顺序变换等方式将一篇文章改得面目全非。这样的文章，从某种意义上说，的确是原创的，但却是任何人都读不明白的拼凑产品，这样的文章对一个营销网站而言，除了遭人厌烦，没有什么意义。

2.6.2　听信虚假广告

在百度和 Google 网站上，可以找到官方给出的搜索引擎优化、网站建设建议，相同的一点是：不要听信那些虚假的搜索引擎优化广告。

在百度官方的站长 FAQ 中，关于 SEO 虚假广告，有以下内容。

> 不要因为 SEO 以下的说法，而冒险将自己的网站托付给他们随意处置：
>
> A. 我和百度的人很熟，想怎么干就怎么干，没风险。
> B. 我是搜索引擎专家，对百度的算法一清二楚，玩玩火也不要紧。
> C. 我把 xxx、yyy、zzz 这些关键词都搞到第一了，所以我是牛人啊。

上述内容可以在 http://www.baidu.com/search/guide.html#2 查到，如下图所示。

4. **我请一些“SEO”来为我的网站或者网页做优化，会有什么后果？**

答：合理的搜索引擎优化，参见百度的“给站长的建站建议”。

外界很多打着SEO旗号的公司或者个人，也许能为您的网站带来短期的排序收益，但是法来提高排名，甚至会利用您的资源进行他们个人的运营项目，最终导致您的利益受损。

不要因为SEO们以下的说法，而冒险将自己的网站托付给他们随意处置：

A. 我和百度的人很熟，想怎么干就怎么干，没风险

B. 我是搜索引擎专家，对百度的算法一清二楚，玩玩火也不要紧

C. 我把xxx、yyy、zzz这些关键词都搞到第一了，所以我是牛人啊

在 Google 官方的网站管理员指南中，同样可以看到类似关于虚假 SEO 广告的内容：

没有人可以保证在 Google 排名第一。

如果 SEO 宣称可以确保您名列前茅，或声称与 Google 有特殊关系，可以优先向 Google 提交您的网站，千万不要相信。Google 从来都没有优先提交一说。实际上，向 Google 直接提交网站的唯一方式就是通过我们的添加网址页或提交 Sitemap。您可以自己完成这些工作，无须支付任何费用。

上述内容可以在如下网址看到：http://www.Google.com/support/webmasters/bin/answer.py?hl=cn&answer=35291。

除上面的这一点，Google 关于虚假 SEO 广告的建议还有很多，如下图所示。

- **没有人可以保证在 Google 排名第一。**

  如果 SEO 宣称可以确保您名列前茅，或声称与 Google 有特殊关系，可以优先向 Google 提交您的网站，千万不要相信。Google 从来都没有优先提交一说。实际上，向 Google 直接提交网站的唯一方式就是通过我们的添加网址页或提交 Sitemap。您可以自己完成这些工作，无需支付任何费用。

- **如果一个公司遮遮掩掩，或不明确说明自己的意图，请多加小心。**

  如果有任何不明白之处，都应当要求对方解释。如果 SEO 为您制作了一些欺骗性或误导性内容，如桥页或"一次性"域名，则您的网站可能会彻底从 Google 索引中删除。归根结底，您要对所雇用公司的全部行为负责。因此，您最好弄清楚他们打算如何"帮助"您。如果 SEO 可以通过 FTP 访问您的服务器，则他们应该乐于向您解释对您的网站所做的任何更改。

- **不要链接到 SEO。**

  请远离那些高谈"免费链接站点"的好处，宣传链接流行度方案，或将您的网站提交给成千上万个搜索引擎的 SEO。因为这些做法是徒劳无益的，并不会影响您在各大搜索引擎结果中的排名，至少不会产生您期望的正面影响。

- **做出明智的选择。**

  在考虑是否与 SEO 合作时，您应当对该行业做一些调查。Google 当然可以提供此方面的信息。您可能还需要查找报刊上所登载的一些提醒性质的报道，例如以下这篇有关某个做法过分的 SEO 的文章：http://seattletimes.nwsource.com/html/businesstechnology/2002002970_nwbizbriefs12.html。尽管 Google 不会对具体的公司加以评论，但我们确实遇到了一些自称是 SEO 而其行为却违背了合理的商业行为准则的公司。请务必小心。

目前，在中国有很多从事搜索引擎优化的公司，这些公司良莠不齐，有非常优秀的专业 SEO 团队，也有无数号称“给多少钱就可以排在某某搜索引擎第一位、第一页”的皮包公司。作为网站站长、公司负责人，最明智的做法就是不要听信虚假广告，对搜索引擎优化要有正确的认识，在这条路上没有捷径可以达到“多快好省”的目的。

2.6.3 急于求成

搜索引擎优化是一个比较缓慢、需要坚持不懈的行为，一般从建站到收录大约需要一个月的

时间，对于一个不出名、权重不高的站点，搜索引擎不会每天都光顾，此类网站想要在十天半月就能通过搜索引擎优化一直排到某个热门搜索词的第一位，是不切合实际的。如果要对网站进行优化，要做好思想准备，往往花两三个月才能把一个词排到首页，可能第二天它又会跌到首页之外，因为搜索引擎有非常多的排名算法，这些算法都是商业机密，以前不会彻底公布，以后也不会公开。而且这些排名算法还在不断变化中，对于热门关键词又有很多公司在进行着不懈的优化，不改进就倒退，这是必然的，所以用急于求成的心态去面对搜索引擎优化是不可取的。

对那些有足够的资金预算，并且准备利用搜索引擎做营销的网络营销者（公司）来说，最好的方法是直接做付费的搜索引擎广告，这样即使是刚刚推出的网站，也可以出现在某些搜索词结果的第一位。当然要直接采用搜索引擎官方的广告合作方式，而不是找一个中介公司去做这些事情，比如直接参与百度推广，如下图所示。



对于普通的网站站长而言，在没有太多预算的情况下，通过自己的双手进行合理的搜索引擎优化，是最方便也是最好的推广手段——在养成搜索引擎优化思想之后，会发现即使花费较少的投入，也可以获得很好的优化效果。

2.6.4　采用“黑帽”手法

“黑帽”手法是指使用作弊手段或一些可疑手段进行搜索引擎优化，相应 SEO 也被分为“黑帽 SEO”和“白帽 SEO”两种。

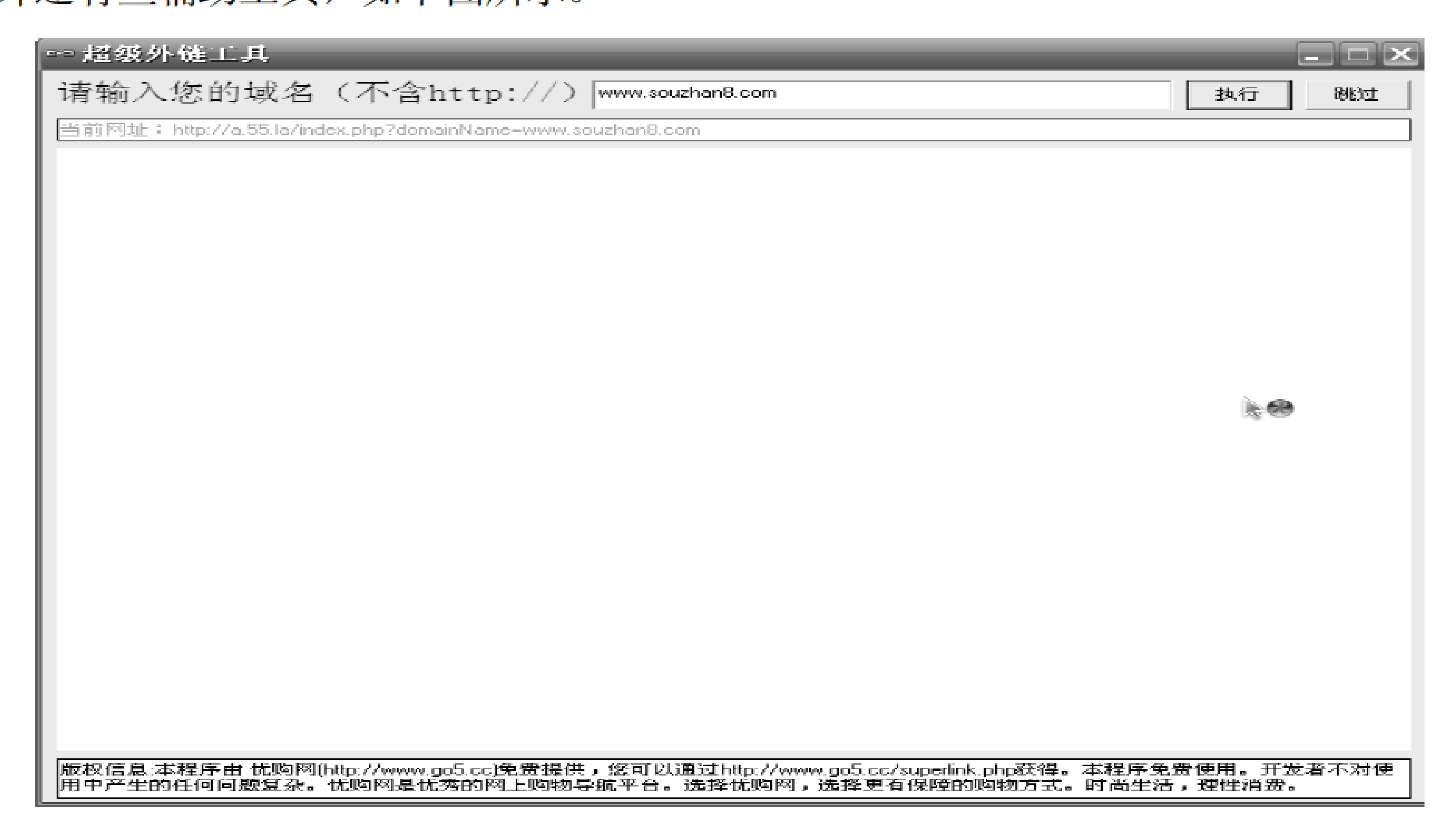
“黑帽 SEO”存在也是迎合了部分网站所有者低投入高回报的心理需求，有些 SEO 从业者为短期利益而采用作弊方法影响搜索引擎的排名结果，但随时会因为搜索引擎算法的改变、被搜索引擎发现作弊而面临惩罚，对于网站所有者来说是得不偿失的。

搜索引擎最大的机密在于排名算法，而这些算法不可能是绝对完美的，很可能在偶然的情况下被人发现缺陷。利用搜索引擎算法的缺陷，就可能在短期内获得非常好的排名——但这绝对不长久，而且“黑帽 SEO”带来的恶果也同样很严重。

常见的“黑帽 SEO”手法有隐藏网页、关键词堆砌、垃圾链接、桥页、群发链接等，如下代码通过隐藏链接进行作弊：

```
    <div class="show mt8"><div class="xxccvv" id="xxccvv"><script>document.write
('<style> .Fgb798 { display:none; }</style>')</script>
    <p>    <a href='http://www.xxx.com/gznz/' target='_blank' style='color:#000000'>
肛周脓肿</a>通常是由于不合理的生活习惯造成的。<a href='http://www.xxx.com/gznz/'
target='_blank' style='color:#000000'>肛周脓肿</a>的临床表现是什么?这是大家比较关注的问题,
了解<a href='http://www.xxx.com/gznz/' target='_blank' style='color:#000000'>肛周脓
肿</a>的临床表现可以进行自我诊断，及早到正规医院进行治疗。<div class='Fgb798'><a
href="http://www.xxx.com/glu/">肛瘘</a></div></p>
    <p>   <div  class='Fgb798'><a  href="http://www.jngcyy.com/glu/"> 肛 瘘
</a></div></p>
    </div>
```

另外还有些辅助工具，如下图所示。



针对搜索引擎优化作弊，每个搜索引擎都有一套发现、惩罚机制，也提倡所有搜索引擎使用者举报作弊站点。

千万不要以为搜索引擎不会发现作弊方法，在过去的无数“黑帽 SEO”例子中，搜索引擎的反应速度都是极为快速的。一旦被搜索引擎确定为作弊，其可能对网站进行降权处理或者删除收录、以后不再收录等惩罚措施。对一个想要长期、稳定进行运营的网站而言，这样的结果无疑是不能承受的。

2.7 案例 2——以实例认识搜索引擎优化

网购大军，数以亿计，“企鹅帝国”又怎能不参与呢。作为腾讯旗下购物网站——拍拍网，如下图所示，是如何成功实现搜索引擎优化战略问题的呢？



2.7.1　第 1 步——分析网站特征

关于拍拍网，主要从以下两方面来分析其网站特征。

1. 品牌意识

从上图的网站首页中，标题“拍拍网：腾讯旗下购物网站”，从浏览者的角度来看，就有着强调网站属于腾讯的作用。

2. 突出行业特点

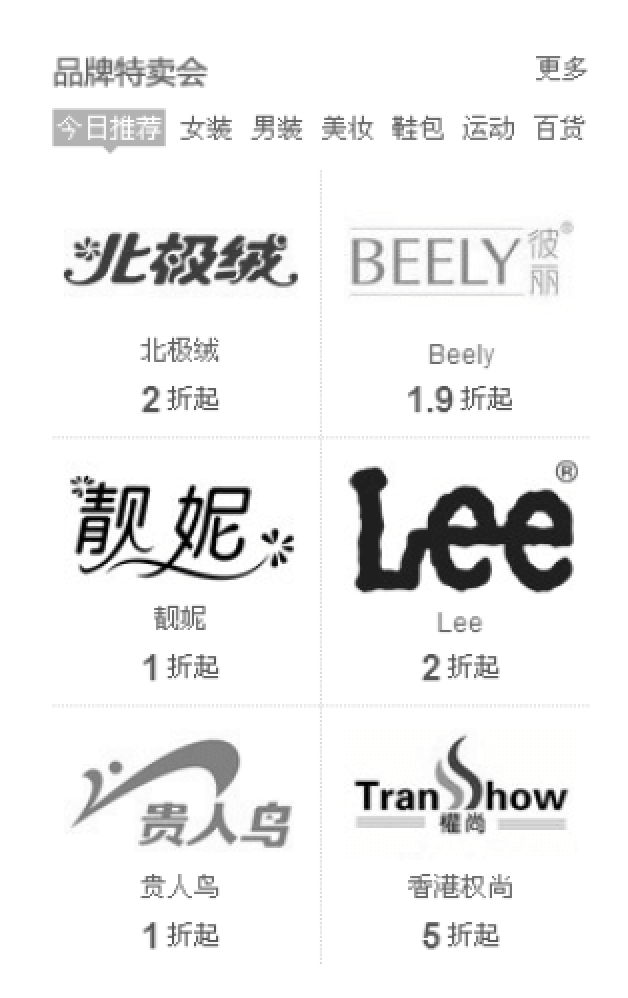
下面细看网站中的页面内容，导航中的“鞋包配饰”、“数码家电”、“男女服装”等，从这些分类的文字描述以及页面中的相关内容来看，有着明显的网购、销售的行业特点。

2.7.2　第 2 步——分析网站结构

关于拍拍网的网站结构，主要从以下几点进行分析。

1. 品牌意识

如下图所示是拍拍网首页的一个功能模块。内容中把一些有知名度的品牌，放在了首页进行推广销售，从而实现品牌的宣传推广，可在用户的浏览过程中，向其展示网站的品牌意识。



2. 价格意识

拍拍网还在网站结构中采用突出价格意识的结构设计。如下图所示，是首页内容中的“降价精选”版块，通过此内容的设计把网站降价的意图及其“价格意识”传递给网站用户。



2.7.3 第 3 步——分析网站目标群

在这部分内容中，对拍拍网的目标群进行分析。以关键词“拍拍网”为例，分析结果如下。

1. 地区分布

通过如下图所示的地区分布结果，可以了解到拍拍网的目标群主要集中在北京、上海、广州等地区。这个结果可以作为关键词使用的依据。



2. 人群属性

如下图所示，是“拍拍网”用户的性别、年龄、职业、学历分布情况的分析。从中可以了解到使用拍拍网的男性要远远多于女性，用户以年轻人为主。网站的用户主要来自学生和 IT 的相关人员，普遍具有高中以上文化程度，这个数据对于进行网站页面结构设计是非常有价值的。



2.7.4　第 4 步——实施优化策略步骤

网站的优化策略，大的方向都是一样的。下面通过实例来了解拍拍网的优化策略及其实施步骤。具体内容如下。

1. 关键词扩展

如下图所示，是“拍拍网”相关关键词扩展的参照。例如，上升最快的检索词是“拍拍网女装秋装”、“拍拍网女鞋”、“拍拍网首页”，可通过对这些关键词在首页、正文中添加链接等优化手段来提升网站的优化效果。



2. 用户体验

提升网站的用户体验效果，例如尽最大可能为用户提供更便捷的网站操作，就能有效提升用户体验。拍拍网是怎么操作的呢？

如下图所示是网站的搜索框，在搜索框的下方，列出了近期的热门关键词，能够吸引用户单击感兴趣的选项



3. 首页底部

如下图所示是拍拍网首页底部的相关内容。网站主要突出以下三方面内容。



- 罗列物品：拍拍网把具体的物品放进首页的底部进行了一定数量的罗列。其中有包括“牛肉干”、“芒果干”等的食品保健类，也有“T 恤”、“牛仔裤”等服装类，以及其他产品的链接。
- 网购的功能：进行网上购物的时候，支付等方面的操作对于用户是重要的环节。拍拍网把“新手指南”、“支付方式”、“售后服务”、“诚信保证”等方面的内容在首页的底部进行了标识，有利于满足用户体验。
- 网站的信息：通过添加网站的相关许可信息等内容，对于提升用户对站点的信任有着一定的作用。拍拍网的页面右下角有“诚信网站”这一标志，效果也就可想而知了。

4. 代码

下面是关于拍拍网的一段代码，通过这些，足以让读者了解网站在代码操作上的一些不同于常用优化方法的内容。具体代码如下：

```
<meta charset="gbk" />
    <title>拍拍网:腾讯旗下购物网站</title>
```

```
    <script>var speedTimePoint=[[(new Date()),1470,1,2]]; var _speedMark = new Date();</script>
    <meta name="description" content="拍拍网为你的网购提供男女服装、美容、家居、家电、3C数码、话费充值、游戏点卡充值等优质商品，更提供先收货后付款、先行赔付、假一赔三、七天无理由退换货等安全交易保障服务！" />
    <link rel="search" type="application/opensearchdescription+xml" href="http://static.paipaiimg.com/paipaiopensearch.xml" title="拍拍购物" />
  <link rel="shortcut icon" href="http://www.paipai.com/favicon.ico" type="image/x-icon"/>
    <link href="ipad.png" rel="apple-touch-icon-precomposed" />
    <link rel="prerender" href="http://static.paipaiimg.com/common/paipai.css?t=20120514" />
   <!--[if !IE]>|xGv00|a47d4d5342c18127b1d1da5f145d4d47<![endif]-->
    <!--[if IE]>
    <meta name="application-name" content="拍拍网：拍拍购物更放心" />
    <meta name="msapplication-tooltip" content="拍拍网：拍拍购物更放心" />
    <meta name="msapplication-starturl" content="./" />
    <meta name="msapplication-task" content="name=今日特价;action-uri=http://www.paipai.com/sale/?PTAG=20084.3.10;icon-uri=http://static.paipaiimg.com/favicon.ico" />
    <meta name="msapplication-task" content="name=拍拍女装;action-uri=http://lady.paipai.com/?PTAG=20084.3.2;icon-uri=http://static.paipaiimg.com/favicon.ico" />
    <meta name="msapplication-task" content="name=拍拍团购;action-uri=http://tuan.paipai.com/?PTAG=20084.3.12;icon-uri=http://static.paipaiimg.com/favicon.ico" />
    <meta name="msapplication-task" content="name=充值中心;action-uri=http://chong.paipai.com/?PTAG=20084.3.7;icon-uri=http://static.paipaiimg.com/favicon.ico" />
    <meta name="msapplication-task" content="name=拍拍彩票;action-uri=http://caipiao.paipai.com/?PTAG=20084.3.8;icon-uri=http://static.paipaiimg.com/favicon.ico" />
    <link rel="shortcut icon" href="http://static.paipaiimg.com/favicon32.ico" type="image/x-icon"/>
    <![endif]-->
```

2.7.5 第 5 步——检测与调整优化策略

对于网站的优化检测及其调整，同样以实例的形式进行具体介绍。下面介绍优化策略调整的指针方向。

1. 搜索引擎优化引爆点

拍拍网是仅次于淘宝的 C2C 电子商务网站，它是一个曾经具有海量信息和海量关键词的网

站，所以它根本不需要从关键词上引爆，所以编者先是细致地对网站进行了诊断分析，根据诊断分析报告，最后终于发现了它的引爆点，该引爆点经过一个“内部链接”优化战略，快速提升了对搜索引擎优化的效果，搜索引擎优化一年之后，使其经过搜索引擎优化带来的流量增长了 10 倍之高，增长量是非常庞大的。这些流量如果是花钱在搜索引擎按照竞价的价钱置办的话，一年要花上亿元。

2. 开展网站搜索引擎优化引爆点的准绳

如何开展网站的搜索引擎优化引爆点呢？这里，遵循以下准绳即可实现。

- 搜索引擎优化只是网站推行方法中的一种；
- 网站推行只是网络营销工作的一部分；
- 网络营销只是网站运营工作的一部分；
- 网站运营的目的是为了网站盈利，而不是搞方式。

3. 察觉大型网站的搜索引擎优化引爆点从哪些方面入手

在这个大逻辑下，在寻觅网站搜索引擎优化突破点的时候，一定要别离开网站运营战略、网络营销战略、其他网站推行方法。例如，针对某 B2B 网站做搜索引擎优化的时候，重点的引爆点就是对会员的培训上，促使每一个会员都会主动和其他网站交流链接，使其在短时间内获得非常多的反向链接，搜索引擎优化效果也会飞速提升。那么，察觉一个大型网站的搜索引擎优化引爆点都从哪些方面入手呢？

- 关键词战略；
- 网站内容战略；
- 链接构架战略；
- 关键词规划战略；
- 反向链接树立战略；
- 站内搜索引擎优化战略。

对于大型网站的搜索引擎优化而言，技术历来都不是问题，真正的问题是搜索引擎优化战略问题，所以优化一个大型网站的时候，一定要透彻分析这个网站的特性，发掘出它的 SEO 搜索引擎优化潜力所在，然后采用恰当的搜索引擎优化战略，或许不需要太大的工作量，就可以取得非常不错的搜索引擎优化效果。

2.8 熟悉常见的 SEO 术语

在熟练地使用 SEO 技术，并且享受 SEO 带来的体验之前，要对于它的一些术语，有必要的了解。SEO 中常用的术语如下图所示。



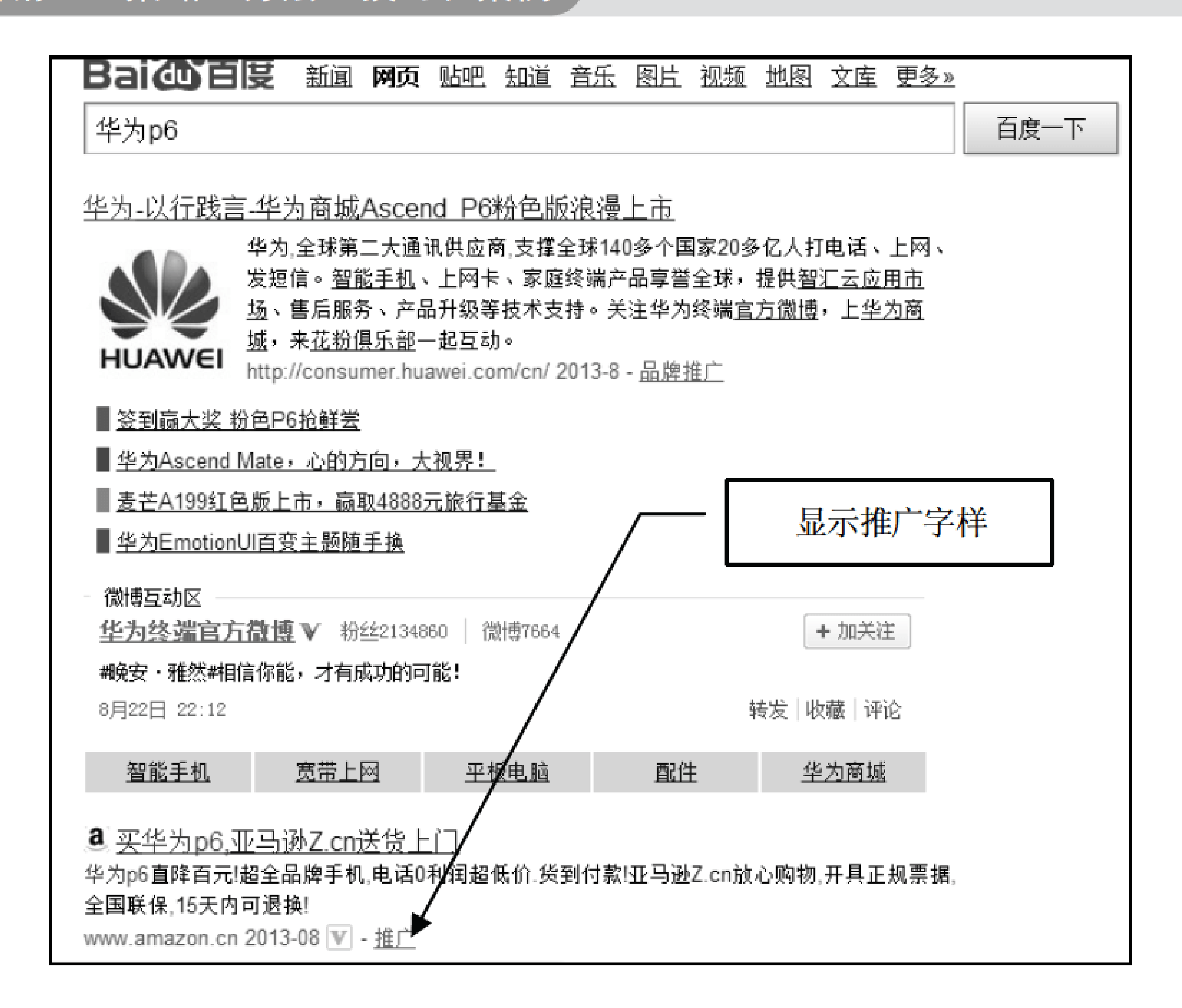
1. 目录（Directory）

大多数的目录是依靠人力手动提交来进行操作的。目录最大程度上反映了搜索结果，并且是进行处理了的结果。

2. 竞价（bid）

所谓的竞价，就是向搜索引擎的服务提供商支付一定的费用，以获得较高的排名或者被收录的机会等，也就是所谓的有偿服务。付费搜索结果显示出价最高一方的网页链接在结果列表的顶端，并且竞标方每次在访客单击竞标方的链接时付钱给搜索引擎。百度竞价，就应用了此类技术，如下图所示。



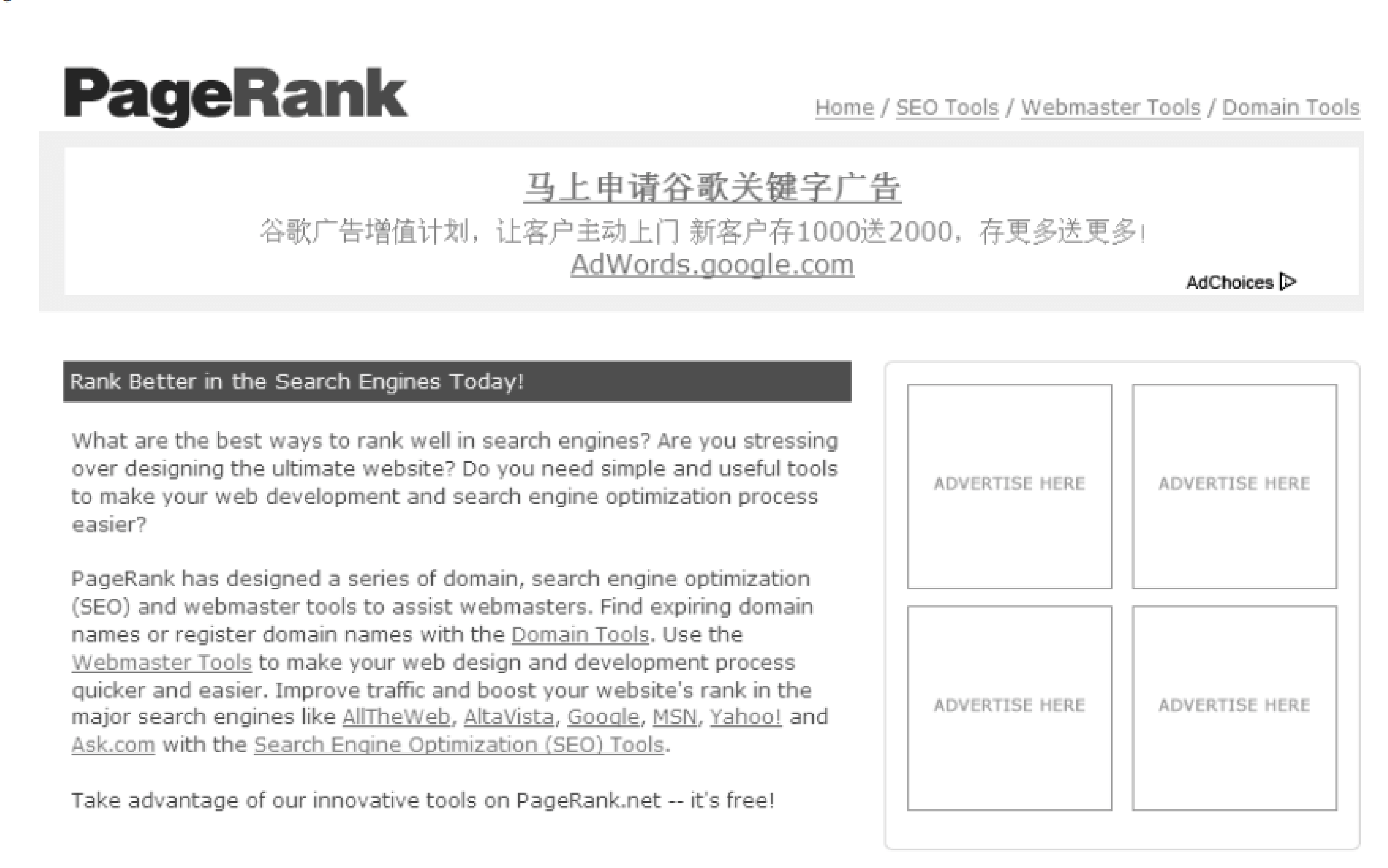


3. 排名（Ranking）

搜索引擎中的排名是指页面在目标关键词的 SERP 中列出的位置，就像队伍一样按一定的次序进行排列。SEO 的目标是提高 Web 页面针对目标关键词的排名，因此做好排名这一项工作，SEO 也就成功了一半。

4. PageRank

PageRank 用来测试站点在 Google 中排名的运算法则，是 Google 用来标识网页等级/重要性的一种方法，其 PR 值是 Google 用来衡量一个网站好坏的唯一标准。具体可在如下图所示页面的网站中实现。



5. 关键字、关键词和关键短语（Keyword、keyterm 和 keyphrase）

关键字、关键词和关键短语是 Web 站点在搜索引擎结果页面（也称为 SERP）上排序所依据的词。根据站点受众的不同，可以选择一个单词、多个单词的组合或整个短语。在对网站进行优化的过程中，借助关键字、关键词或关键短语是必不可少的部分。关于这部分的内容，在后续内容中将进行详细介绍。

6. 关键词密度（keyword density）

关键词密度又叫搜索项密度（term density ），是指输入搜索引擎中的项在网页上所有项中的比率。例如，如果想在 200 个词的网页中使得关键词“电脑”能被找到，在网页上这个词出现了 12 次，那么这个词的关键词密度是 6%（12/200）。搜索引擎通常认为有 6%~7%的关键词密度的网页是很高质量的网页。

7. 排名算法（Ranking algorithm）

排名算法，就是说所排的次序，是根据什么顺序来进行的。即这样的排名是怎么算出来的。排名算法决定哪些结果是与特定查询相关的。

8. 黑帽 SEO（Black hat SEO）

“黑帽 SEO”是指以伪装、欺诈和窃取的方式骗取在 SERP 中的高排名。所谓“黑猫、白猫，能抓耗子的才是好猫”，对于黑帽 SEO 与白帽 SEO 也适用。

9. 白帽 SEO（White hat SEO）

与“黑帽 SEO”相反，以正当方式优化站点，使它更好地为用户服务并吸引爬行器的注意，才是“白帽 SEO”。它认为能够带来好的用户体验的任何东西，都应该被视为对 SEO 有益。

10. 隐藏文本（hidden text）

网页上有的内容在浏览时访客看不到，这些内容是用来吸引蜘蛛并让它发现的，这样的一种含作弊成分的技术，就是所谓的隐藏文本。例如，网页上的内容，通过不被看到的极小字号显示，或者颜色与背景颜色一样，还有就是将关键部分用图形或其他网页元素覆盖等这些方法，来堆积关键词，并获得较高的搜索排名。

11. 沙盒效应（sandbox effect）

沙盒效应，是用来描述 Google 和其他搜索引擎处理新站点的方法。它所用的方法是，对那些链接流行度迅速攀升的网站进行冷处理，使得搜索引擎给链接流行度更高的权重，最终达到搜索排名上升的目的。

上述这些是 SEO 优化中常用到的一些 SEO 术语，当然关于 SEO 术语，远不止这些内容，在后续的内容介绍中，碰到其它术语时，将再对其进行剖析。

第 3 章

关键词研究

关键词是搜索引擎优化过程中比较重要的一环。如果想要在优化过程中达到优化效果最大化，那么从网站初期的关键词，到后期网站文章中的关键词都是需要考虑的重要内容。简单概括，对于关键词的优化需要贯彻搜索引擎优化的始终。关键词搜索是网络搜索索引主要方法之一，这一章着重对关键词优化的相关技巧进行阐述。

3.1 关键词概述

通过本章节的学习，能够基本了解并且合理运用关键词。

3.1.1 什么是关键词

关键词又称作 Keywords，在搜索引擎优化过程中，可以将关键词归纳为人名、网站、新闻、小说、软件、游戏、星座、工作、购物、论文等产品、服务、公司等的具体名称的用语。当然，关键词不是仅限于单个的词，还应包括词组和短语。总之，输入搜索框中的文字也就是通过搜索引擎寻找的内容，都可以将其统称为关键词。

下面通过一个简单实例，可以更加详细地了解关键词。例如，以“网游”这个关键词为例来搜索相关信息的关键词，通过“百度”搜索引擎进行搜索，结果如下图所示。



分析搜索引擎的搜索结果可以发现，由“网游”这个关键词可以延伸、扩展的还有“网游排

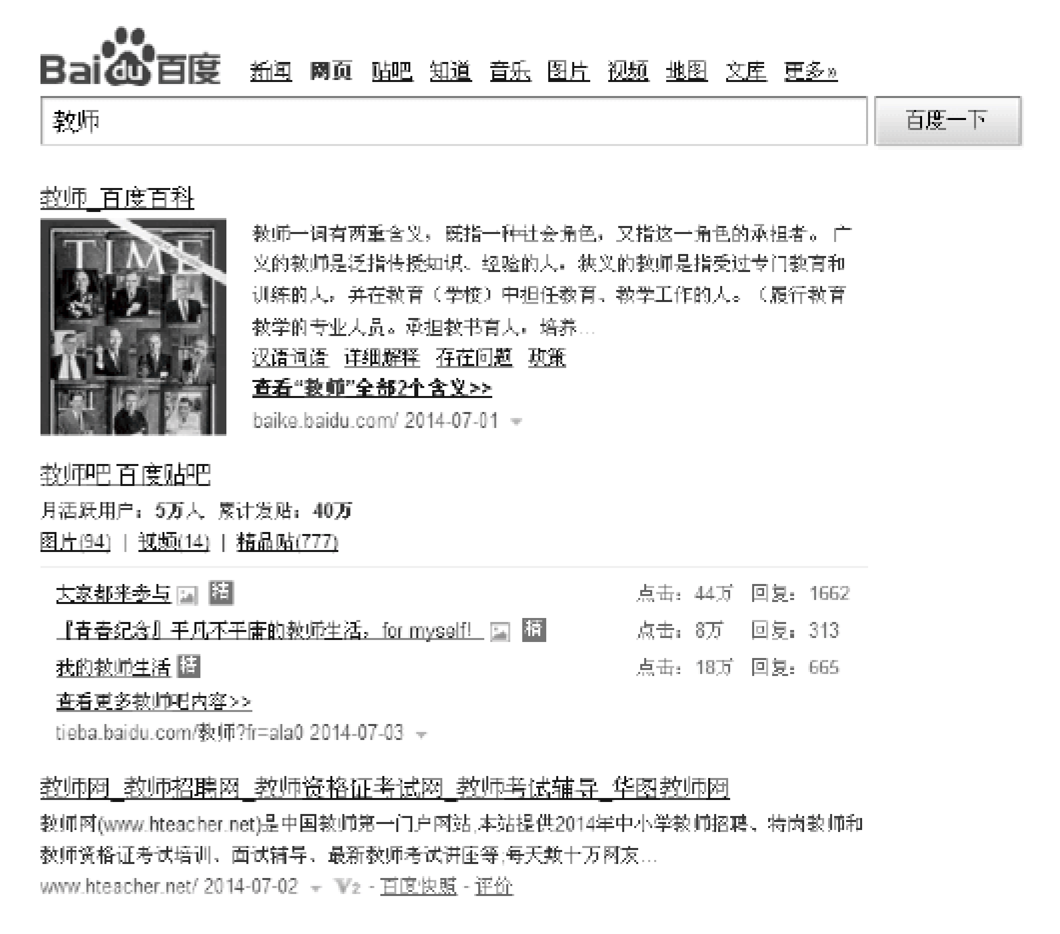
行榜”、“好玩的网游”、　“最新回合制网络游戏”、“现在火爆的网络游戏”等。

3.1.2　关键词与搜索密切相关

关键词与搜索密切相关，这是怎么回事呢？关键词与搜索有着密不可分的联系。通过搜索引擎的计算规则和关键词的密切关系，可以帮助读者掌握两者的关系。要深入地了解 SEO 的秘密，必须对搜索引擎的计算规则有透彻的了解。现在的搜索引擎还远远达不到对语意相关的检索能力，而只能匹配词性相关的检索信息。在了解了这些内容，并掌握下面分析的具体情况后，再融入一些 SEO 技巧能让你的优化如虎添翼。

同样地还是以具体应用的形式来介绍。例如，关键词“老师”、“教师”、“师傅”、“导师”这些词中，可以将“老师”和“教师”理解为一个意思，其他几个词之间意思也是相近。但是，如果通过搜索引擎进行检索就会发现有趣的内容了，先来看一下搜索结果。

在百度中搜索教师的结果如下图所示。



在百度中搜索老师的结果如下图所示。



根据上面结果图的显示可以看出，在分别对意思一样的词进行搜索时，发现搜索引擎是严格地将这两个词进行了区分。也就是说，当在查看教师的相关关键词信息时，是看不到老师这个关

键词内容的。同样地，对于老师关键词搜索结果也是一样。这充分说明搜索引擎的某个现象，即对语意相关的检索功能，至少目前搜索引擎还达不到。

3.1.3 理解关键词

下面，针对如何确定关键词，简单地介绍两点。

1. 了解关键词排名

在确定关键词之前，有必要对该关键词的排名有一个了解。如果想了解对某个关键词的搜索结果中自己网站的排名，最简单的办法就是直接到搜索引擎中输入该关键词。如果网站表现不错，它可能排在前几位，第一页或者是前几页。如果连续翻了十多页还没有找到自己的网站，又想知道自己网站在这个关键词搜索结果中到底落后到什么程度，就可以借助一些在线工具。

2. 选择关键词

在掌握了目标关键词的排名之后，下一步就可以开始进行关键词的选择工作了。选择一些合适的关键词作为选择项，便于后面进一步地完善与删选。因为关键词的确定在网站主题确定之后，网站建设之前还是需要进行严格的筛选与定位的。

3.2 关键词选择原则

在 SEO 工作中，如果把网站比作是一篇优秀的文章，其中的关键词则是文章的主要内容和中心思路。所以，在进行关键词的选择时，一定要做到尽善尽美，虽然不一定能做到万无一失。接下来将详细介绍关键词的选择原则。

3.2.1 关键词与网站主题要紧密相关

选择关键词的过程中，关键词一定是与网站的主题关联的。如果是做服装销售的网站，那么绝对不能把运动器械来作为网站的关键词。这就是所谓的与网站主题相关。当然，与网站主题相关的关键词，要选到好的关键词也不容易，下面介绍几点选择技巧。

1. 对应网站主题

例如，大家都知道的“淘宝网”，人气够高，如果在淘宝网中有“政府”、“行政”等关键词，那么这些词被用户搜索的频率，可以肯定一定是不高的。下面看一下该关键词的排名，如下图所示，是淘宝网“政府”一词的排名结果，“指定范围内没有排名”可想而知这个词的排名对于淘宝网来说是多么的冷门。



2. 包含网站品牌内容

一个网站，不管是出于宣传的目的，还是其他原因，必定会将品牌名称作为其中的关键词。这就要从品牌的创意之初，也就是在品牌名未确定之前就考虑到搜索引擎优化的相关层面。这样，无形中既宣传了企业，又宣传了产品，何乐而不为呢？同样通过分析一个简单的关键词来介绍其操作。

例如，大家都知道的"当当网"，是一家以图书销售为主业务的网站。在没有搜索该关键词之前，可以推断它的品牌内容排名不会低，下面通过关于该关键词的排名来进一步证实。如下图所示是"当当网"排名结果，从结果来推断该关键词是主关键词，当然这跟网站自身已经将其关键词的搜索量、流量做出来了有很大关系。



3.2.2　关键词要精准而不能宽泛

个人觉得对于关键词，不能有"将就"的成份，一定要选得精准，而且对于那些严格界定起来比较宽泛的关键词，应该果断予以排除，坚决不用为妙。经常做关键词优化的人，会觉得要选择精准而不宽泛的关键词不是件容易的事。

例如，"房地产"这个关键词，其实很宽泛。为什么这么说呢？如果某公司是做房地产这一行业的，在对该企业网站进行搜索引擎优化时，可能会想到用"房地产"这个词。可是，先不考虑做这个词的金钱成本、时间成本这些因素，假如花了大量的金钱把这个关键词排名给做上去了，能确定搜索这个词的人就是想要买房子的人吗？因为该关键词太宽泛，所以会有搜索目的不明确，以及转化率低等等的现象。下面，先来看一下该关键词的搜索结果，如下图所示的搜索结果中，该关键词的搜索内容结果中没有房地产公司排在前面，结果已经很清楚了。



关于“房地产”这个关键词优化，建议可以这样做，比如，以“海景别墅”为主营业务的网站，可以将“海景别墅”或者“海景别墅报价”作为网站的关键词。同样的方法，如果是旅游类业务的网站，建议将业务项目如“普陀山旅游”、“新加坡旅游”、“新加坡哪里好玩”作为关键词。

综上所述，在关键词选择上，精准、具有针对性是基本原则，就跟投资一样，如果投资眼光不精准，并且没有针对性，那么后果是可想而知的。

3.2.3 关键词不要太特殊

在这个什么都讲究“个性化”的时代，可能更多地 SEOer 还是愿意去使用那些个性化的关键词，来作为自己网站的突破点。但是，为了突出网站的个性化的理念，千万别把“个性”给特殊化了。所用的关键词，不要太特殊了，不然效果会适得其反的。

例如，销售儿童服装的网站，在选择关键词时，会以“儿童衣服销售”作为网站的核心关键词，但是，如果出于目的明确性的考虑，将关键词改成“区域+年龄段+儿童衣服销售”，例如“珠海香洲 1 到 3 岁儿童衣服销售”就太特殊。先看一下搜索引擎中两个关键词的表现，就清楚了。如下图所示，短短的几条搜索结果，就已有几家童装企业。如果搜索关键词“珠海香洲 1 到 3 岁儿童衣服销售”，就会发现在首页中没有类似条件的相关信息。



儿童衣服销售 百度一下

美美猪童装加盟店,6元时尚童装 一折供货 hao.jiajiaopx.net 推广链接
美美猪童装加盟店,品牌童装,厂家直销,无须任何加盟费用,只需拿货开店,无任何投资风险!
● 美美猪童装 ● 美美猪童装加盟 ● 美美猪童装代理 ● 免费留言咨询

儿童衣服品牌加盟特步儿童用品,童装时尚,舒适 – 儿童衣服招商加盟 www.xtepkids.com.cn
儿童衣服品牌选择特步童装,商品色彩明亮,款型时尚,特步加盟是您的首选

找儿童服装销售,来这里 价格超低,利润更高! – 儿童服装厂家 www.ttjm8.cn
儿童服装销售,1-3折供货,免费退换货!儿童服装销售,汇集各种童装品牌,随意挑选!

儿童服装销售的技巧?_百度知道
1个回答 - 提问时间: 2010年08月30日
最佳答案: 销售技巧是个范围很广的话题了,销售技巧涵盖了,潜能开发,优势谈判,高效沟通,前期调查等大量的知识。 表面上是儿童服装的销售,其实是对儿童形象,服装材料...
zhidao.baidu.com/link?... 2010-08-31 - 87%好评

国内童装销售量前十	2个回答	2007-05-26
怎样加盟儿童服装销售	1个回答	2011-05-25
童装销售市场如何	1个回答	2013-11-26

更多知道相关问题>>

3.2.4 站在用户角度思考

做搜索引擎优化，目标是能够为网站、企业带来利益。那么，要想获得利益，必须得从用户的角度去思考。因为只有这样才能从用户方获得被搜索以及网站流量的提升。下面，从关键词的角度分析如何站在用户角度思考。

例如，在搜索引擎中搜索图书的习惯，用到的关键词主要有“书名+出版社”、“书名+作者名”等。但是，可以确定的是，不会用“印刷厂名称”作为关键词去搜索的。同样通过搜索结果来了解其具体结果。如下图所示，是用“书名+作者名”即“21 天精通 PowerPoint 2010 幻灯片制作　新奇 E 族”进行搜索所找到的书，但如果用印刷厂名称去搜索，不一定能找到想要查找的书。

Baidu百度 新闻 网页 贴吧 知道 音乐 图片 视频 地图 文库 更多»

21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作 新奇E族 百度一下

《21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作》(新奇e族 编)【摘要 书评 ...
《21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作》 定价: 49.00 易 购价: 36.80 ...作者: 新奇e族 编著 出 版社: 化学工业出版社 出版时间: 2012-07-01版次: ...
www.suning.com/emall/prd_10052_22001... 2013-7-1 - 百度快照

21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作(双色版)(附光盘) /新奇e族/-...
《21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作》不仅适合PowerPoint 2010初、中级读者学习使用,同时也可作为各类院校相关专业学生和电脑培训班学员的教材或辅导用书。 内容...
auction1.paipai.com/24CBBE2E00000000... 2012-12-4 - 百度快照

21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作(双色版)(附光盘) /新奇e族/
买家评价(0) 评价评价人 还没有买家对21天精通PowerPoint 2010幻灯片制作(双色版)(附光盘) / 新奇e族/ 进行评价 网上购买手机 网上购买女装 网上购买护肤品 ...
shop1.paipai.com/cgi-bin/creditinfo/... 2013-6-15 - 百度快照

正版全新保证★21天精通PowerPoint2010幻灯片制作(附光盘) 新奇...
正版全新保证★21天精通PowerPoint2010幻灯片制作(附光盘) 新奇e族 化学工业出版社 9787122133182-- 买书,卖书,收藏,开网上书店,上孔夫子旧书网

3.2.5 选择竞争度最小的关键词

可能很多做 SEO 的人，都知道选择竞争度最小的关键词。但是，要选到竞争度最小的关键词不难，但找到符合需要的竞争度最小的关键词真的很难。这里跟大家简单分享如何计算关键词竞争度。

关于关键词竞争度，在不考虑竞价排名的情况下，可以用如下图所示的公式计算。

关键词竞争度=关键词搜索量X10000/关键词的相关网页数量

根据公式得出的结果值越大，该关键词竞争度越不激烈，反之竞争越激烈。选择值最大的关键词，作为竞争度最小的关键词。一般情况下，进行关键词竞争度评价之后，用 2~3 个作为首页的核心关键词，再辅以其他关键词或长尾关键词等来选定网站的主要关键词。

3.3 案例 1——分析关键词的选择方法

选择关键词，如果想要“一步登天”是不可能的。这个跟做事情一样，需要一步一步地完成。关键词也有着一定的符合其自身的选择步骤，主要可通过“建立关键词库”→“评估关键词竞争度”→“应用关键词策略”这几步来进行。下面针对关键词的这些选择步骤，结合实例进行具体的分析、介绍。

3.3.1 建立简易关键词库

关于建立简易关键词库，其实就是把罗列的一些可以作为网站优化的关键词给汇总在一个地方。例如，将这些词添加到数据库中。方法不止这一种，下面分别介绍几种具体的方法，及其相关的操作等详细内容。

1. 思考所得

思考所得，就是结合自身网站的具体情况，罗列符合内容需求的一些关键词。在起初可以尽量多列一些，后面再严格依据需求进行删减。

2. 询问所得

通过询问身边的朋友、亲戚、家人，让他们罗列一些在搜索某方面内容时，会选用的关键词。提醒大家注意，关键词不是列得多就好，要列得全才好。

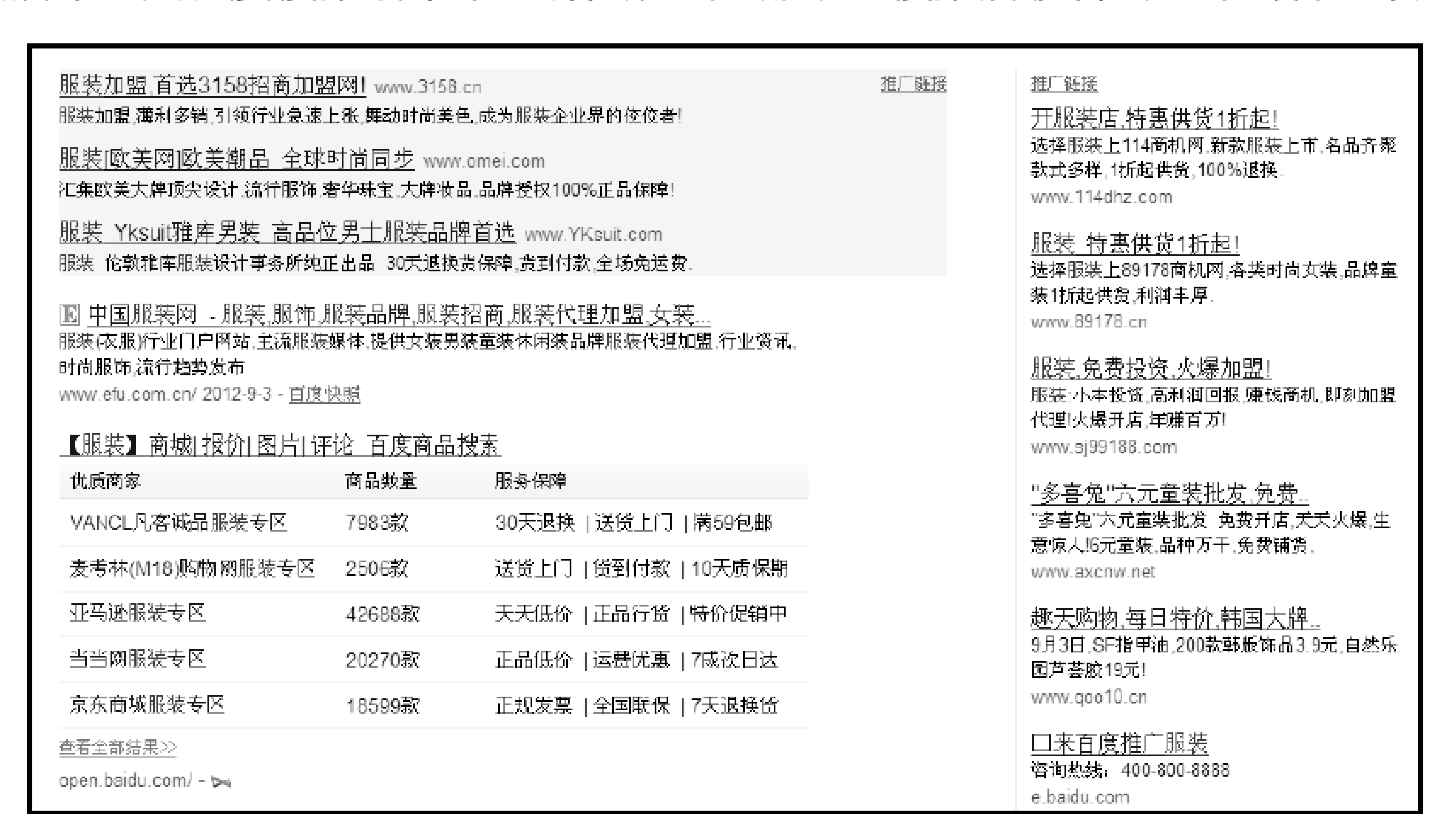
3. 从同类网站获得

当您为寻找关键词，苦于无从下手时，建议分析一下同行业、同主题的站点，然后找出大约 10 个站点就足够了，数量不要太多。主要分析这些站点的标题、描述内容所使用的关键词，合适的可作为自身网站关键词的备选对象。

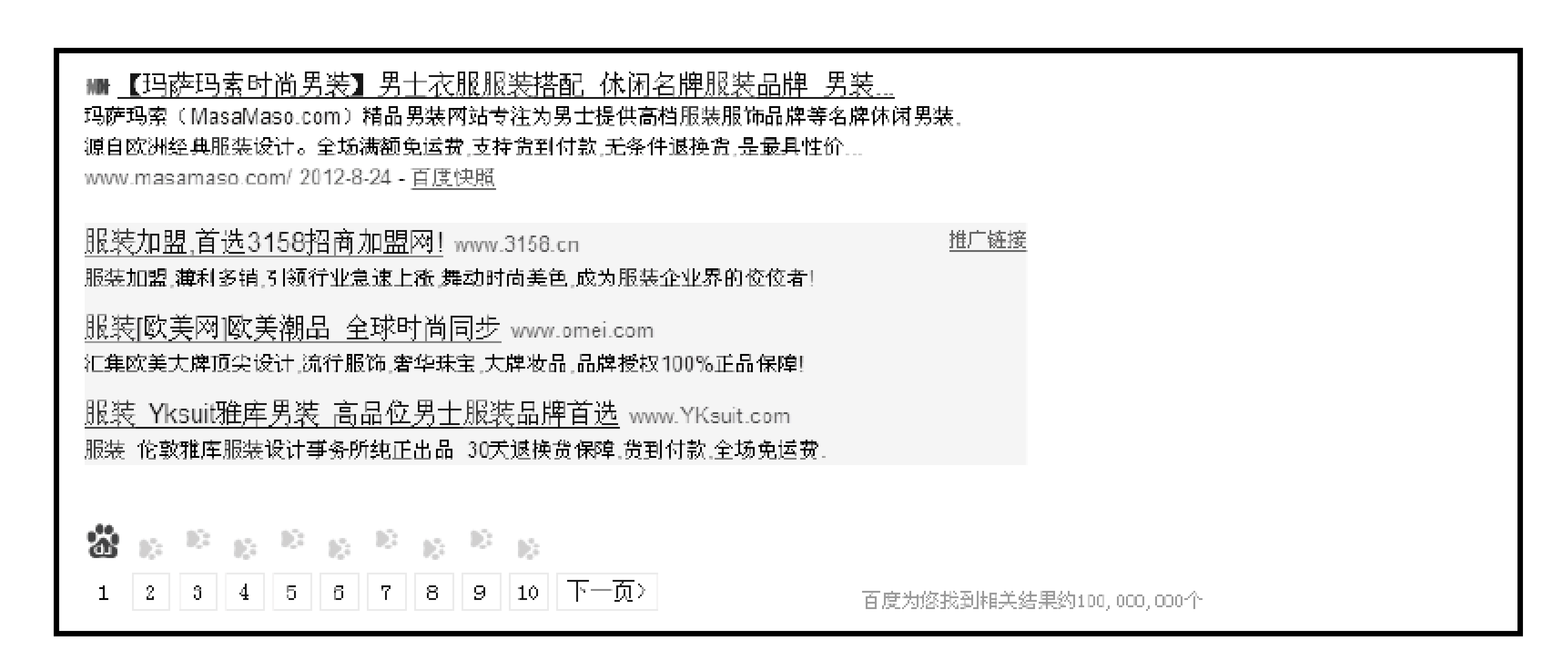
4. 从搜索引擎获得

利用搜索引擎搜索某个关键词，通过给出的搜索结果能发现很多相关信息，同时有的关键词也就可以留作自身网站的备选关键词。

如下图所示，是百度搜索引擎中进行关键词“服装”搜索所获得的上半部分（顶部）的内容。

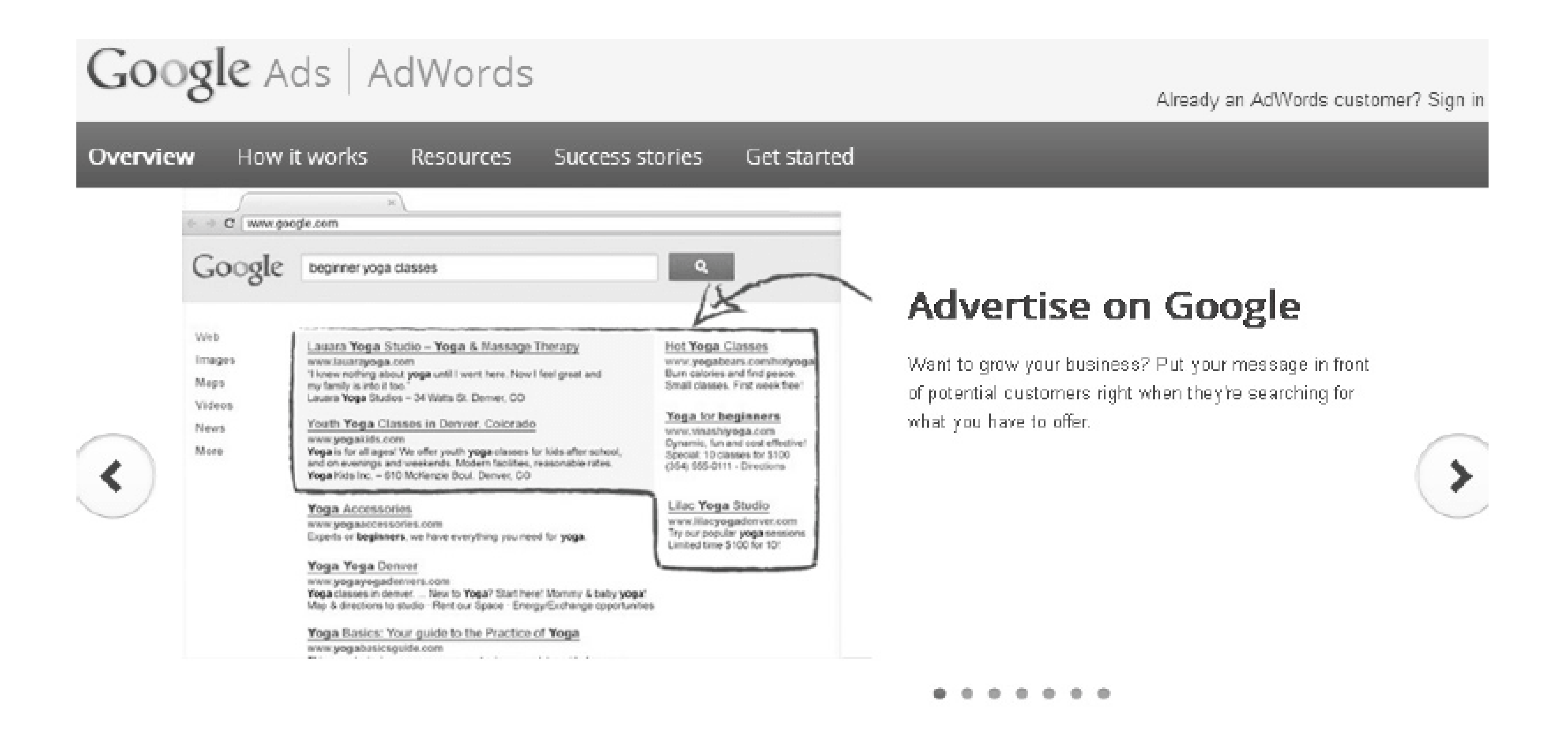


如下图是其下半部分（底部）的内容。通过该页面，可以实实在在地了解到一些相关信息，例如该关键词的信息量，以及潜在的竞争对手等内容。



5. 用专业关键词收集工具

现在网上有很多关键词收集工具，充分利用好这些工具，就能找到有价值的，可以为网站所用的关键词。例如 Google 关键词工具收集——Google AdWords，如下图所示是该工具的部分页面的截图。

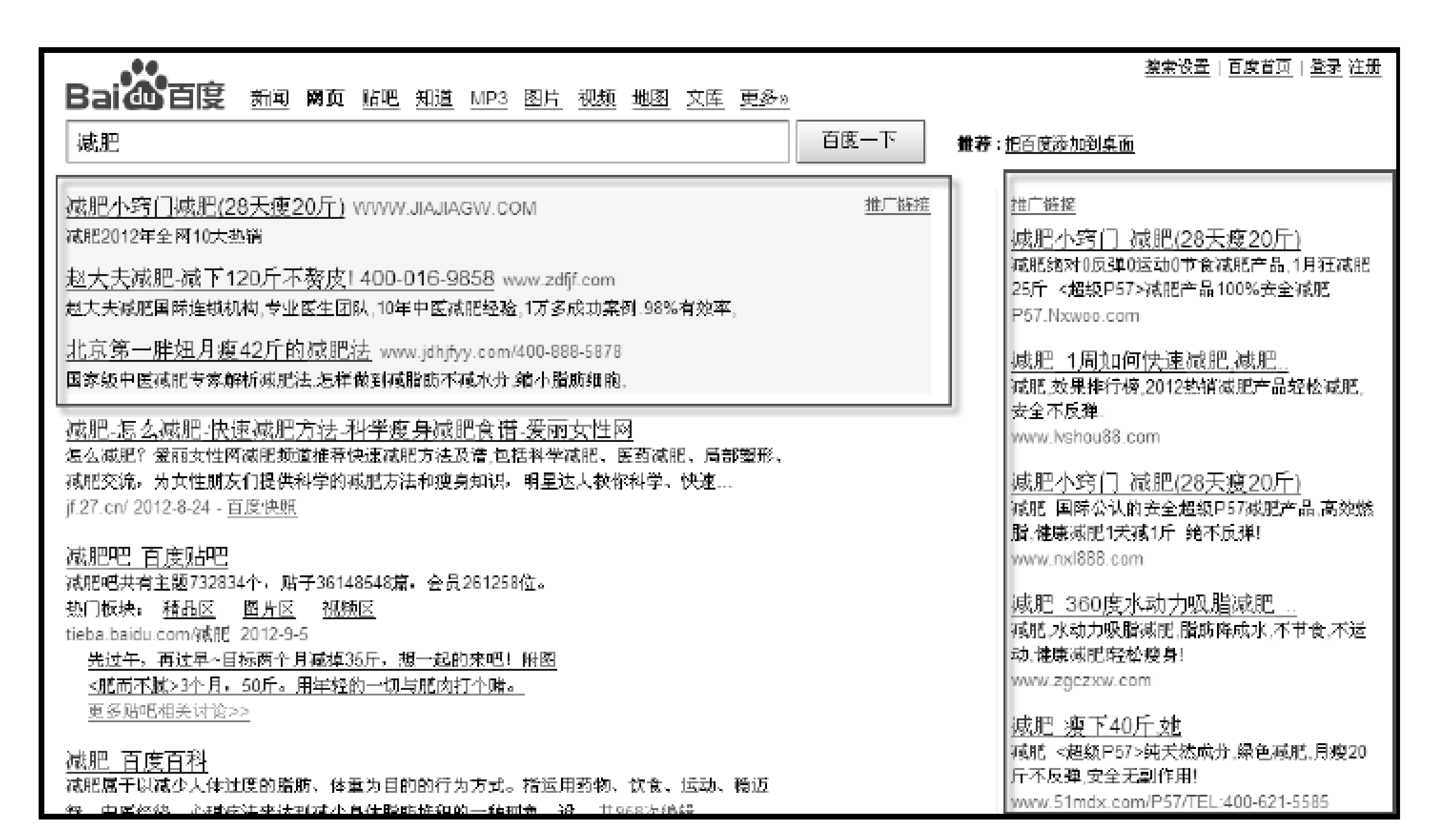


3.3.2　关键词竞争度评估

关键词竞争度很重要，但是，这个关键词的竞争度究竟如何，就不是单单通过思考、想像就可以知道的。对关键词的竞争度有一个评估，通过评估结果来决定这个关键词是否适合本网站，是关键词执行过程中至关重要的一环。那么关键词的竞争度如何评估呢？

1. 关键词的竞价推广数量

在评估关键词的竞争度时，该关键词的竞价推广数，就是考量竞争度的一个指标。例如，关键词“减肥”的竞价推广数在百度搜索引擎中的效果如下图所示。其中搜索栏下方，以及整个区域右侧显示的都有比较多的推广链接。如果这个词没有竞价推广，那么在那些区域将不会有这些内容的显示。



2. 相关结果页面数量

这个关键词的相关搜索结果数量可以作为评估关键词竞争度的一部分。如果该关键词被搜索引擎收录的页面数在 300 万以下属竞争度小的，300 万~500 万属中间，500 万以上属高竞争度的。例如，关键词“北京房屋出租”的相关搜索页面数如下图所示，是其在某一搜索时间内的值，当然这个值是在不断变化的。通过该值可以发现这是一个竞争度相当大的关键词。



3. 用户单击数

关键词的流量主要集中在搜索引擎结果中的前三位，用户单击数也主要集中在此，总竞价推广数超过 4 条的，个人觉得是有非常高的用户单击数的。如果考虑使用竞价推广时，需要考虑相关的成本，因为竞价推广的费用不是小数目，虽然通过竞价推广的关键词竞争度超级大，但不得不承认优化这些关键词是可以快速获得效果的较好方法。

4. 关键词的流量

关键词是否有自然流量、流量的数量大不大、流量是否稳定，在评估关键词竞争度时，都需要将这些因素考虑在内。通过查看该关键词半年内的流量大小，就可以来判断相应地竞争度。不同的行业，关键词流量判断竞争度的标准是不一样的。为什么是半年内的呢？因为少于半年的流量，会有可能是刷出来的，这样多有“欺骗”的成分在里面。

5. 首排名的域名数

分析某关键词在首页排名中的对手网站的数量，也是一个技术手段，因为首页的权重在整个网站中是最高的，使用首页排名可以让对手很难超越。评估关键词竞争度时，可以搜索该关键词在首页排名中域名优化的数量。这里以“当当网”为例，关键词“当当网”在网站的排名之前已经介绍过。查询一下其在首页的排名状况，操作也是类似的。

3.4 长尾关键词策略

因为关键词的竞争度实在太大，想把该关键词在搜索引擎中的排位做到理想位置，需要花费大量的时间与金钱，出于这些考虑，采用网上的非目标关键词，但能够带来搜索流量的关键词，并且转化率也没问题的这一策略，就是长尾关键词策略。关于长尾关键词的优化技巧，以下内容

对其进行介绍。

1. 长尾关键词的应用

（1）页面标签的使用技巧

在网站的三个标签 title、keywords、description 里面放入长尾关键词，可以得到搜索引擎给予的权重提升，长尾关键词与网站的内容有关。对于网站的标签，每一位操作者应该都不陌生吧？使用它就能实现优化，何乐不为呢。

（2）合理嵌入到文章当中

将长尾关键词合理嵌入到文章当中，以长尾关键词作为内容核心进行扩展描述，提高页面深度。以长尾关键词不断的制造文章，从而提升长尾关键词的权重同时，还需要做到这些内容页面不会因时间导致层次过深和质量内容较差的关系被搜索引擎剔除掉，内容按照文章中的内容顺序来添加就行了。

2. 长尾关键词的选择

贯彻长尾关键词策略，首要任务是选择一些长尾关键词。下面具体介绍如何进行长尾关键词的选择，及其具体方法。

（1）修饰主关键词

长尾关键词，可以通过在主关键词的基础上添加修饰词获得，这是一些 SEOer 常用的方法。例如，主关键词 SEO，可以将其进行修饰，如下图所示，将每一行作为一长尾关键词来进行优化。



（2）挖掘行业用语

行业用语，有行业名称，以及行业别称（如果该行业有别称）等，留意行业里被说得多，也就是使用频率高的这些词，可以将其作为优化过程中的长尾关键词使用。以行业用语作为长尾关键词，这样获得的词有一个精准较高的优势。

（3）整合各方资源

SEOer 如果不想用热门关键词和那些大的门户网站去竞争，就可以整合这些网站的主要关键词，然后扩展成长尾关键词，作为关键词优化的一种手段。可能读者会有这样的疑问，怎么去找这些长尾关键词，在整合资源时，通过集思广义的方法，就会挑出好的适合网站发展的优化思路与关键词。有一句话是这么说的：世上本没有路，走的人多了，也就成了路。

3.5　案例 2——搜索优化中的关键词

在了解了上述关键字的相关内容后，下面通过具体的实例内容来进一步阐述搜索引擎优化过程中，对于关键字的相关操作方法。

输入多个关键词搜索，可以获得更精确更丰富的搜索结果。例如，在 Google 搜索引擎中搜索“北京旅游”，结果如下图所示。



“北京　旅游”的搜索结果如下图所示。看起来意思一样的关键词，但是通过搜索引擎可以找到的资料数是不一样的，如果仔细分析，准确性还是有所区别的。



如果搜索的关键词较为冗长，将其拆分为几个关键词，中间用空格隔开，这样搜索起来，效果会更理想。

3.6 案例 3——查询网站关键词排名

如何才能知道网站关键词的排名呢？通过一些工具，可以很快地查找到关键词的排名。下面具体介绍这方面的内容及其操作方法。这里，以关键词“网购”为例，介绍用“站长工具”查询该关键词排名的方法。具体操作如下：

（1）打开“站长工具”网页。如下图所示，在其中的“百度关键词”文本框中输入“网购”。前提是已经在该网站进行了注册，并且在进行查找前，需要事先登录才可以。下一步，单击“查询关键字排名”命令即可进行查询。



（2）输入网站地址。在该页面的“网站地址”文本框中输入网站地址，这里以“京东网”为例，输入网址 http://www.360buy.com 后执行“查询关键字排名”命令按钮即可。

（3）查询结果。单击“查询关键字排名”按钮，在页面中获得所查询的关键字“网购”的排名。这里看到的结果如下图所示，关键词“网购”在“京东网”的排名为第 6 位。



提醒注意：“网购”是一个搜索竞争特别大的关键词，这是根据“京东网”的排名得出的结果。熟悉 SEO 的人应该知道，该关键词的竞争力对于该网站也不是很占优势。假如想要使用此关键词，所要面对的还有淘宝网、腾讯网等这些强大的竞争对手。

第 4 章

优化网站域名、主机和结构

网页设计师在设计网页时，考虑更多的是如何让网页具有视觉冲击效果，从而让用户对网站有深刻的印象。然而，从网络营销的角度分析，网页设计者更应该为网站的营销拓展做好工作，因为只有让互联网用户轻松的找到这个站点，才能带来效益。本章节主要分析网站的域名、空间和结构的优化方法和策略。

4.1 优化网站域名

域名的选取在整个搜索引擎优化工作过程中是一个很重要的环节。选择一个好的域名，并期望它为 SEO 效果提供尽可能大的辅助作用，这无疑是每个搜索引擎优化工作人员都想看到的。

4.1.1 什么是网站域名

互联网上的域名就相当于现实生活中的门牌号码一样，可以在庞大的网络世界里准确无误地查找到要访问的站点。在互联网发展之初并没有域名，有的只是 IP 地址。IP 地址就是一组类似这样的数字，如 163.108.208.215。由于当时互联网主要应用在科研领域，使用者非常少，所以记忆这样的数字并不是非常困难。

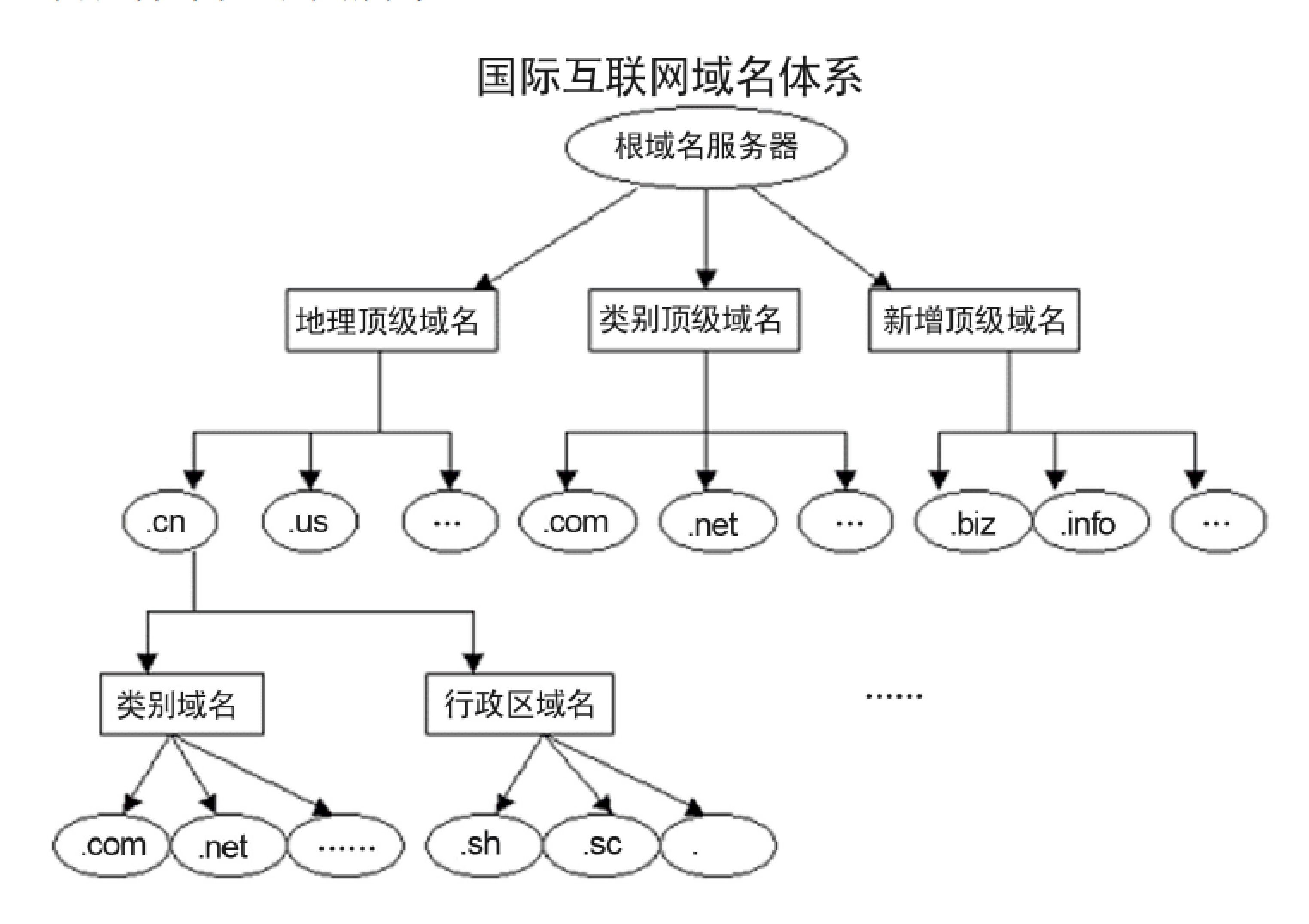
但是随着时间的推移，连入互联网的电脑越来越多，需要记忆的 IP 地址也越来越多，记忆这些数字串变得越来越困难，于是域名应运而生。域名就是对应于 IP 地址的用于在互联网上标识机器的有意义的字符串。例如百度的域名 www.baidu.com，比起 IP 地址而言就更形象也更容易记忆。

目前互联网上的域名体系中共有三类顶级域名：一是地理顶级域名，共有 243 个国家和地区的代码。例如.cn 代表中国，.jp 代表日本，.uk 代表英国等等，二是类别顶级域名，共有 7 个，包括.com（公司），.net（网络机构），.org（组织机构），.edu（美国教育），.gov（美国政府部门），.arpa（美国军方），.int（国际组织）。由于互联网最初是在美国发展起来的，所以最初的域名体系也主要供美国使用，所以.gov、.edu、.arpa 虽然都是顶级域名，但却是美国使用的。只有.com，.net，.org 成了供全球使用的顶级域名。

相对于地理顶级域名来说，这些顶级域名都是根据不同的类别来区分的，所以称之为类别顶级域名。随着互联网的不断发展，新的顶级域名也根据实际需要不断被扩充到现有的域名体系中来。新增加的顶级域名是.biz（商业）、.coop（合作公司）、.info（信息行业）、.aero（航空业）、.pro

（专业人士）、.museum（博物馆行业）、.name（个人）。在这些顶级域名下，还可以再根据需要定义次一级的域名，如在我国的顶级域名.cn 下又设立了.com、.net、.org、.gov、.edu 及以我国各个行政区的缩写字母的域名如.bj 代表北京，.sh 代表上海等等。

国际互联网域名体系如下图所示。



4.1.2 域名选取原则

域名在网站建设中有很重要的作用，是联系企业与网络客户的纽带，就好比一个品牌、商标一样拥有重要的识别作用，是站点与网民沟通的直接渠道。所以一个优秀的域名应该能让访问者轻松地记忆。一个优秀的域名能让搜索引擎更容易给予权重评级，并连带着提升相关内容关键词的排名。所以说，选好一个域名，能让企业在建站之初便能抢占先机。

那么怎么能选到一个好的域名呢，一般使用以下几个原则进行衡量。

1. 易于记忆

好域名的基本原则应该是易于记忆。这一点理解起来很简单，只有让访问者记住了，才能不断产生回头访问和可能的销售行为。

从域名的两部分结构上可以得知，易于记忆也必定分为两部分，一部分是域名的主题词够短，另一部分是域名的后缀符合网民使用习惯，这就派生了易于记忆域名的两个特性。

2. 短域名优先

在短域名方面，典型的案例就是 www.g.cn，这是 Google 在中国的域名。这个域名只选 Google 的第一个字符 G，让用户很容易就把 Google 和它联系起来，是个非常优秀的域名。

但是，从网民使用网络的实际情况来看，并不是说短的域名就能让用户快速记忆，因为短的域名先天就拥有比较缺乏的语义表达功能，所以如果不是像 Google 这样突出的品牌，短的域名或许并不一定适合所有人。另一方面，在域名注册增速暴涨的今天，并不是所有人都有机会注册到

简短的域名。

虽然简短的域名是大家追捧的对象，但是当网站建设者无法注册到简短域名时，就需要有一个“备用方案”，即转而追求优秀域名的其他特征。

3. 符合网民习惯的后缀

具体来说，好的域名应该尽量使用常见的后缀，比如，以下的后缀就是比较适合网站优化的域名后缀。

- .com：通用域名后缀，任何个人、团体均可使用。.com 原本用于企业、公司，现在已经被各行业广泛使用。从最初的互联网雏形开始，.com 的域名就是首选，因为几乎所有的初级网民，都习惯.com，而很少注意其他后缀的域名。
- .net：最初用于网络机构的域名后缀，如 ISP 就可能使用这样的后缀。相对于.com 而言，.net 域名后缀对低级用户的“亲和力”稍差。
- .com.cn：中国的企业域名后缀，适合记忆效果略差于前两者。
- .cn：中国特有域名，比较适合国人使用，也拥有比较好的方便记忆率，但是总体来说效果差于前两者，与.com.cn 域名后缀类似。
- .edu：教育机构域名后缀。如果网站建设者能使用这样的域名是最好不过了，但是在实际情况下，很少有针对教育机构域名所做的优化项目。
- .gov：政府机构域名后缀。与教育机构域名一样，采用政府机构的域名后缀，难点也是普通人无法申请。

既然有适合记忆的后缀，自然也有不适合网民记忆的后缀，做网站时，不建议用户为了节省域名费用而选择这些域名后缀。

- .org：用于各类组织机构的域名后缀，包括非盈利团体。这个域名在不被人喜爱的域名后缀中排名靠前，在被人喜爱的域名后缀中排名靠后，意思就是中等偏下。
- .cc：最新的全球性国际顶级域名，具有和.com、.net 及.org 完全一样的性质、功能和注册原则（适合个人和单位申请）。CC 的英文原义是 Commercial Company（商业公司）的缩写，含义明确、简单易记。但是此域名拥有的习惯性记忆率还非常低，有待提高。
- .biz：.biz 与.com 分属于不同的管理机构，是同等级的域名后缀。在现在的网络中，这样的域名后缀对普通访问者来说还不是很常用。

除上述一些域名后缀以外，还有其他一些域名后缀，但是往往都比较少见，不建议用户使用。

4. 具有内涵

一个优秀的域名应该不但具有容易记忆特点，还应该具备一定的内涵。也就是说，当访问者看到域名时，能立刻地想到网站的主题、品牌、业务、产品，如顺风速运（顺风快递），顺风代表顺利、快速到达的意思，而顺风快递则借此传递公司及时送达的品牌含义，如下图所示。



用有一定意义和内涵的词或词组作域名，不但可记忆性好，而且有助于实现企业的营销目标。

一般有内涵的域名包括企业的名称、产品名称、商标名、品牌名、主题等，这些都是不错的选择，这样能够使企业的网络营销目标和非网络营销目标达成一致，也更容易做搜索引擎优化。比如，“开心网”网站的域名是 www.kaixin001.com，“世纪佳缘”网站的域名是 www.jiayuan.com。

5. 易于输入

“易于输入”是提高用户体验的一个重要流程。虽然现在大家都习惯使用搜索引擎来查询想要得到的信息，但是在搜索引擎优化和网络品牌的创造中，好的域名同时也需要考虑自身的输入方便性，以便老客户或者“忠实粉丝”通过域名光顾网站。

一个方便输入的域名应该尽量使用通俗易懂的语义结构和词组结构，如现在很多域名采用的是数字和拼音的组合：www.1ting.com 或 www.55tuan.com。

这样的域名是比较符合输入习惯的，也让人在第一时间能理解网站主题：第一个域名可能是做下载的，第二个域名可能是做团购的。

与上面的例子相对应，有些域名是不适合输入的，比如：www.ai-tingba.com 或 www.rong_shuxia.com。

这两个域名从方便记忆的角度上说都没有问题，而且属于比较优秀的域名。但是第一个域名需要输入一个连接符“-”，就不太受用户喜欢了，而第二个域名需要输入一个下画线“_”，更是容易被人忽视——如果正好有竞争对手选择类似的域名，而没有中间的连接符和下画线的话，原本是你的客户都极可能因为输入错误域名而跑到别人的网站上。

4.1.3 域名选取技巧

在搜索引擎优化中，域名选取是个仁者见仁智者见智的问题，不同的优化策略拥有不同的选

择思路，很难说什么样的策略是优秀的，什么样的策略是失败的，但是一些成功的典型性案例总结仍具有借鉴指导意义。

常言说“师傅领进门，修行在个人”，域名选择需要根据具体情况进行分析，下面的各种域名选择技巧虽然有一定的借鉴意义，但不能生搬硬套，要学会活学活用，能够举一反三。

1. 用企业名作域名

当某些企业已经具备优秀的号召力和足够多元化的产品、服务时，不管是从搜索引擎优化还是从品牌营销的角度来说，这些无疑都不是最佳的选择。如果企业足够成熟，并且产品多元化，最好的域名选择方式是使用企业名作为域名。

当然，当选择将企业名作为域名时，也应当综合考虑域名选择的原则，如便于记忆、适合企业产品主销地区的语言习惯、域名长短等。

举例来说，在国内有些企业的名称比较长，如果用汉语拼音或者用相应的英文名作为域名，就会显得过于烦琐，不便于记忆。因此，用企业名称的缩写作为域名也不失为一种好方法。缩写包括以下两种方法：

- 汉语拼音缩写；
- 英文缩写。

例如，“河南省人民医院”的域名为 www.hnsrmyy.net。这就是一个中文缩写，根据国人的语言习惯，很容易就能理解域名的含义，如下图所示。



又如，国内知名酒业集团“泸州老窖”的域名为 www.lzlj.com.cn。这个域名就是它的企业名“泸州老窖”的汉语拼音首字母缩写，当然也极易让人理解其含义，如下图所示。



同类的将企业名作为域名主体，但是采用英文缩写的方式的知名企业、团体也很多。比如，“中国电子商务网”的域名为 www.chinaeb.com.cn。这个域名是纯粹的英文缩写域名，取“中国”的英文 china，结合“电子商务”的英文 e-business 缩写为 eb 而成，也很容易让人理解并记忆。

同样采用英文团体名缩写作为域名的还有“计算机世界”，域名为 www.ccw.com.cn。这个域名选择了三个英文词的缩写，分别是“China——中国”，“Computer——计算机”和“World——世界”，取三个词的首字母缩写就是 CCW。

当然，在域名选择上，网站建设者的看法可能不一样，但是共同点都一样：一个好的域名更利于优化、更利于后期品牌的建立、更利于产品的营销和网站的推广。

2. 用品牌做域名

用品牌做域名不太适合新的、小型的企业网站，因为品牌力量虽然很强大，但是品牌的营造却需要很长时间。作为搜索引擎优化来讲，一般的中小企业的优化都是非知名品牌，所以如果用品牌做域名，有好处也有坏处。

用品牌做域名的优势如下：

- 让用户加深对品牌的认识。
- 让用户更容易牢记品牌。
- 对品牌自身的营造有帮助。

用品牌做域名的劣势：

- 该品牌不一定被所有人知晓，所以容易被人忽略。
- 当品牌营造没有完成，品牌的凝聚力还不能发挥出来时，容易弄巧成拙，让用户觉得没有信任度。
- 如果是要优化产品关键词，用品牌作为关键词不能很好地支持优化措施实施。
- 采用品牌作为域名需要具体问题具体分析，如果是一个需要推广品牌的企业，那采用品牌做域名无可厚非；如果是一个需要推广产品的网站，用品牌做域名未必是好事。

以国内大型电子商务网站淘宝网为例，它的域名是 www.taobao.com。这是一个以品牌做域名

的典型例子，淘宝如今早已深入人心，可以说它在网络中的品牌知名度绝对不亚于任何一个成功的门户网站，甚至有过之而无不及。使用 www.taobao.com 作为域名，不但能让用户很容易就产生品牌联想，而且还能突出自己的品牌理念，是一个成功域名的典范，如下图所示。



3. 用产品做域名

相对用企业和品牌做域名来说，使用产品作域名具有更多的适用性，也更广泛。

比如，在游戏界鼎鼎有名的暴雪公司，旗下的魔兽世界在国内可谓风行一时，无疑是经典网络游戏的典范。“魔兽世界中国”的域名选择就采用产品作为域名组成的方式 www.warcraftchina.com。

在这个域名中，warcraft 是产品名，china 是地区说明，这样的域名同样可以让访问者第一时间清楚地知道自己访问的网站是做什么用的，也更方便用户记忆，如下图所示。



4. 用主关键词做域名

对搜索引擎优化来说，最常见的也最有效的域名选取方式就是采用主关键字作为域名，或者

是将关键字作为域名组成元素。

这一点很容易理解，搜索引擎优化的主要技术目的是为提高关键词的排名，而直接将关键词融入域名中能更好地突出关键字，并且能很清楚地告诉访问者和搜索引擎：

- 我是做××业务的。
- 我是做××产品的。
- 我是做××行业的。
- 我是提供××服务的。
- 我的内容是关于××的。

举一个简单例子来说明，国内有很多网络安全、黑客技术相关的站点，其中“黑客防线”作为最老的网络安全媒体发行者，它的网站 www.Hacker.com.cn 就是直接将主关键词作为域名的。

打开这个网站，也的确能看到内容和域名是很符合的，如下图所示。



先不管这个站点最后的搜索引擎优化结果如何（实际上此站在百度、Google 中的排名都不错），单就域名而言，这样的域名选择无疑是很优秀的，也能直接将自己的主题告诉访问者，是目前搜索引擎优化中主流的域名选择方法。

4.1.4　域名选择的误区

对于不熟悉域名选择原则或者刚接触不久的人来说，选择域名也会存在一些常见的问题和误区，以下两个最为突出。

1. 选择含义太宽泛的域名

很多人在优化时，习惯性会选择目标关键词的上一级、甚至上两级关键词作为域名，这样的

域名选择方式并不是一无是处，但却不够精准。

举例来说，如果你要从头开始优化一个出售鞋子的网站，有经验的优化者选择域名的组成应该是精准而直接的，比如 www.taoxie.com。

上述域名考虑到用户习惯，选择 tao 作为域名组成部分，加上“鞋——xie”构成域名。此类比较直接的域名是完全可以选择的，但是不应该选择直接的 xie 作为域名，比如 www.xie.com。

更不应该选择“鞋帽”这样的大类词作为域名主题，这样的域名至少从访问者心理暗示角度讲是没有用处的。

2. 选择可能产生纠纷的域名

域名注册时，作为搜索引擎优化人员，一定要注意不要注册其他公司拥有的独特商标名和国际知名企业的商标名。如果选取其他公司独特的商标名作为自己的域名，很可能会惹上一身官司，特别是当注册的域名是一家国际或国内著名企业的驰名商标时。换言之，在挑选域名时，需要留心挑选的域名是不是其他企业的注册商标名。

如果选择其他企业的商标或名称，一般情况下优化的结果都不会很好，因为你不但无法将寻找别人企业的客户吸引进来，更有可能给人造成“假货”、“假网站”的印象。



如果想购买别人已注册的域名，需要考虑以下几个方面：

- 遵循原则为易记、易输、有内涵。
- 域名注册时间和历史。
- 域名中内容的质量。
- 域名中信息的更新。
- 域名下包含的页面数量。
- 高质量的出站链接。
- 死链接与 404 的处理。
- 稳定的服务器。
- 域名下页面符合标准。
- 权重链接的指向。
- 域名所有人的变更。

4.2 优化网站主机

什么地方能发布网站呢，那就是网站主机。整个网站都依附于网站主机，所以网站主机的性能也会影响 SEO。在搜索引擎优化中，主机对 SEO 的影响表现在速度、稳定和功能支持等方面。

4.2.1 IP 及主机被搜索引擎加入黑名单

对搜索引擎来说，在同一个 IP 地址上的网站，相互之间会存在一定的联系，这种联系往往是负面的，如连带受到惩罚等。

对网站建设者来说，如果是自己的独立主机，基本可以不考虑同一个 IP 地址上的网站的影响。因为整个服务器都是自己的，自己的网站即使被惩罚也能快速发现，进而进行修改、删除等操作。

最麻烦的情况是，网站建设者购买的虚拟主机上已经存在或者新出现一些被搜索引擎认为恶意作弊，被 SE 加入黑名的域名。如果不幸选择这样的虚拟主机，网站建设者因为对服务器的控制力不够，只能望洋兴叹了。

为避免出现因为同一 IP 而被连带惩罚的情况，建议所有网站建设者都在选定虚拟主机之前，用“同 IP 网站查询工具”对整个 IP 地址上的网站进行检查，以避免出现被“误伤”的情况，如下图所示。

4.2.2 设置错误

主机设置错误一般出现在维护技术单薄的独立服务器、一些没有经验的小型虚拟主机供应商上。对搜索引擎蜘蛛来说，虽然它尽量模拟普通用户的行为对网站进行访问，但是毕竟不是真的网民，所以很多时候网站对用户来说是可以正常访问的，但是因为服务器设置错误，对搜索引擎蜘蛛来说却是不可访问的。

有些没有独立主机维护经验的网站建设者，往往会根据网络上某些不知所谓的文章，对服务器进行千奇百怪的设置，如重新定义服务器返回代码，将普通网民能正常打开的页面返回信息改成 404 等。这样的设置错误对用户来说无所谓，对搜索引擎优化来说就是灾难。

有时，主机设置错误很细微、很难发现，所以为避免这种情况的出现，独立主机应该尽量选择有经验的维护者、虚拟主机应该购买品牌信誉比较好的空间。

4.2.3　安全稳定性

搜索引擎的蜘蛛在访问网站时，如果主机死机、无法打开网页，蜘蛛并不会马上在搜索引擎的索引库中删除这一页，而会过一段时间再来抓取这个页面，如下图所示。

ID	蜘蛛	蜘蛛IP	来访时间	页面URL	删除
1800	Google	222.186.24.59	2009-12-7 16:00:32	http://www. /index.asp	删除
1799	Baidu	123.125.66.36	2009-12-7 15:54:34	http://www. /class.asp?id=5	删除
1798	Google	222.186.24.59	2009-12-7 15:52:46	http://www. /index.asp	删除
1797	Baidu	123.125.66.42	2009-12-7 15:52:04	http://www. /index.asp	删除
1796	Google	222.186.24.59	2009-12-7 15:42:09	http://www. /index.asp	删除
1795	Baidu	123.125.66.24	2009-12-7 15:36:53	http://www. /index.asp	删除
1794	Google	203.208.60.87	2009-12-7 15:25:46	http://www. /article.asp?id=103	删除
1793	Baidu	123.125.66.42	2009-12-7 15:25:15	http://www. /class.asp?id=4	删除
1792	Google	203.208.60.87	2009-12-7 15:22:23	http://www. /article.asp?id=101	删除
1791	Baidu	123.125.66.102	2009-12-7 15:21:33	http://www. /index.asp	删除
1790	Yahoo!	67.195.114.28	2009-12-7 15:16:40	http://www. /article.asp?id=107	删除
1789	Google	203.208.60.88	2009-12-7 15:15:38	http://www. /Article.asp?id=95	删除
1788	Yahoo!	67.195.114.28	2009-12-7 15:13:33	http://www. /class.asp?id=18	删除
1787	Baidu	123.125.66.38	2009-12-7 15:05:48	http://www. /index.asp	删除
1786	Yahoo!	67.195.114.28	2009-12-7 15:02:28	http://www. /article.asp?id=151	删除
1785	Baidu	123.125.66.112	2009-12-7 14:50:28	http://www. /index.asp	删除
1784	Yahoo!	202.160.179.45	2009-12-7 14:40:23	http://www. /article.asp?id=135	删除
1783	Baidu	123.125.66.104	2009-12-7 14:35:18	http://www. /index.asp	删除
1782	Baidu	123.125.66.112	2009-12-7 14:20:10	http://www. /index.asp	删除
1781	Google	203.208.60.86	2009-12-7 14:19:02	http://www. /class.asp?id=1	删除
1780	Google	203.208.60.86	2009-12-7 14:08:58	http://www. /index.asp	删除
1779	Baidu	123.125.66.110	2009-12-7 14:04:49	http://www. /index.asp	删除
1778	Baidu	123.125.66.37	2009-12-7 14:04:16	http://www. /index.asp	删除
1777	Baidu	123.125.66.113	2009-12-7 14:04:10	http://www. /index.asp?page=1	删除

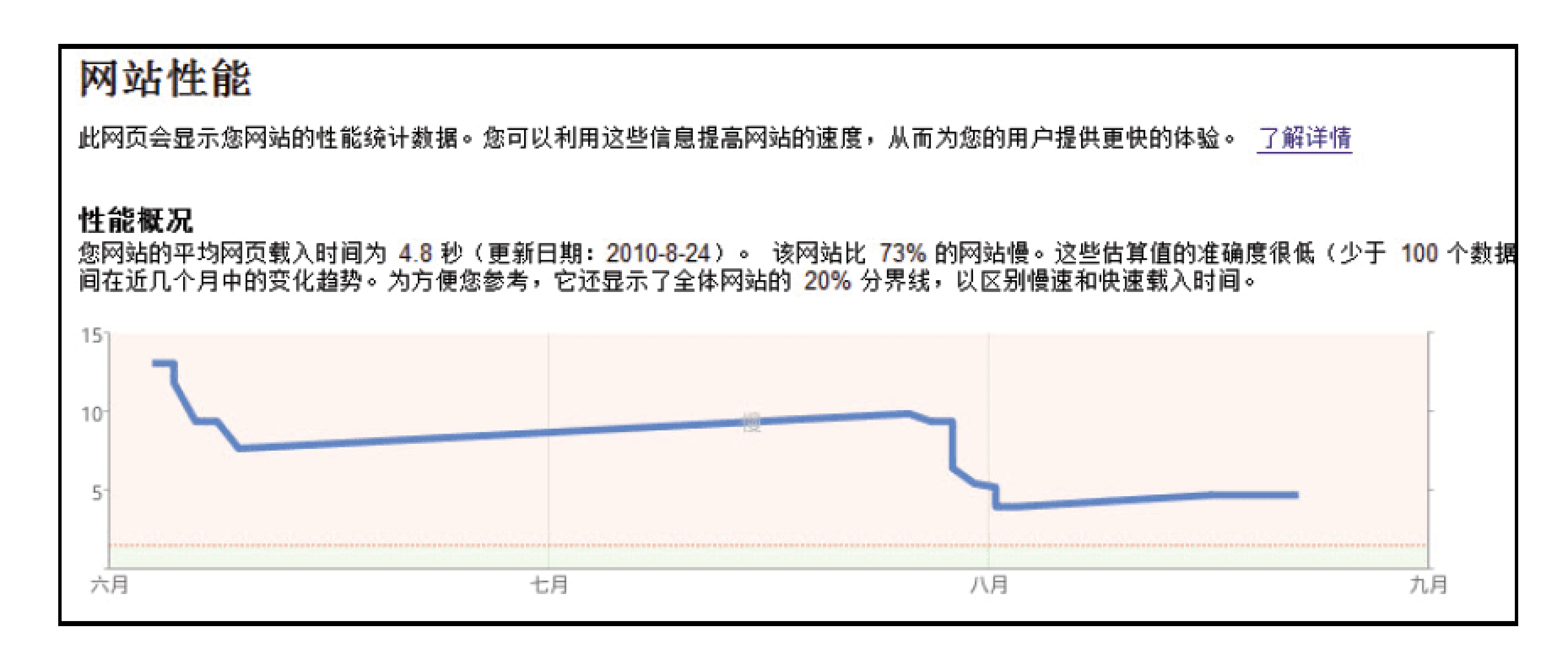
因为蜘蛛不会在检测到主机空间无法访问后，立即删除收录网页，所以一般情况下不用太担心主机空间的稳定性对 SEO 造成毁灭性的打击。比如，主机空间每月偶尔出现 3~5 分钟的重新启动、死机、无法响应等情况，对搜索引擎优化来说是无关紧要的。

如果网站建设者购买的主机空间极端不稳定：动辄死机一天或两天，每天都有几个小时出现无法访问的情况，甚至连续一星期死机，那这样的网站价值肯定也不高，不管是用户，还是搜索引擎，都不会认为这是一个值得关注的网站。

同理，如果主机安全性不高，网站经常被攻击挂马，不能正常访问，对用户和搜索引擎都会产生不良影响。

4.2.4　访问速度

前面提到过：现在的搜索引擎，已经将很多涉及用户体验的参数融入搜索排名的算法中，如 Google 就明确表示已经将“网站速度”作为关键词排名算法中的一个因素，如下图所示。



在这样的情况下，主机访问速度就显得比较重要，在同等情况下，Google 认为网站打开速度越快的网站，用户体验越好，给予的排名也就会越高；相反，两个关键词排名因素相当的网站，速度越慢，排名就越低。

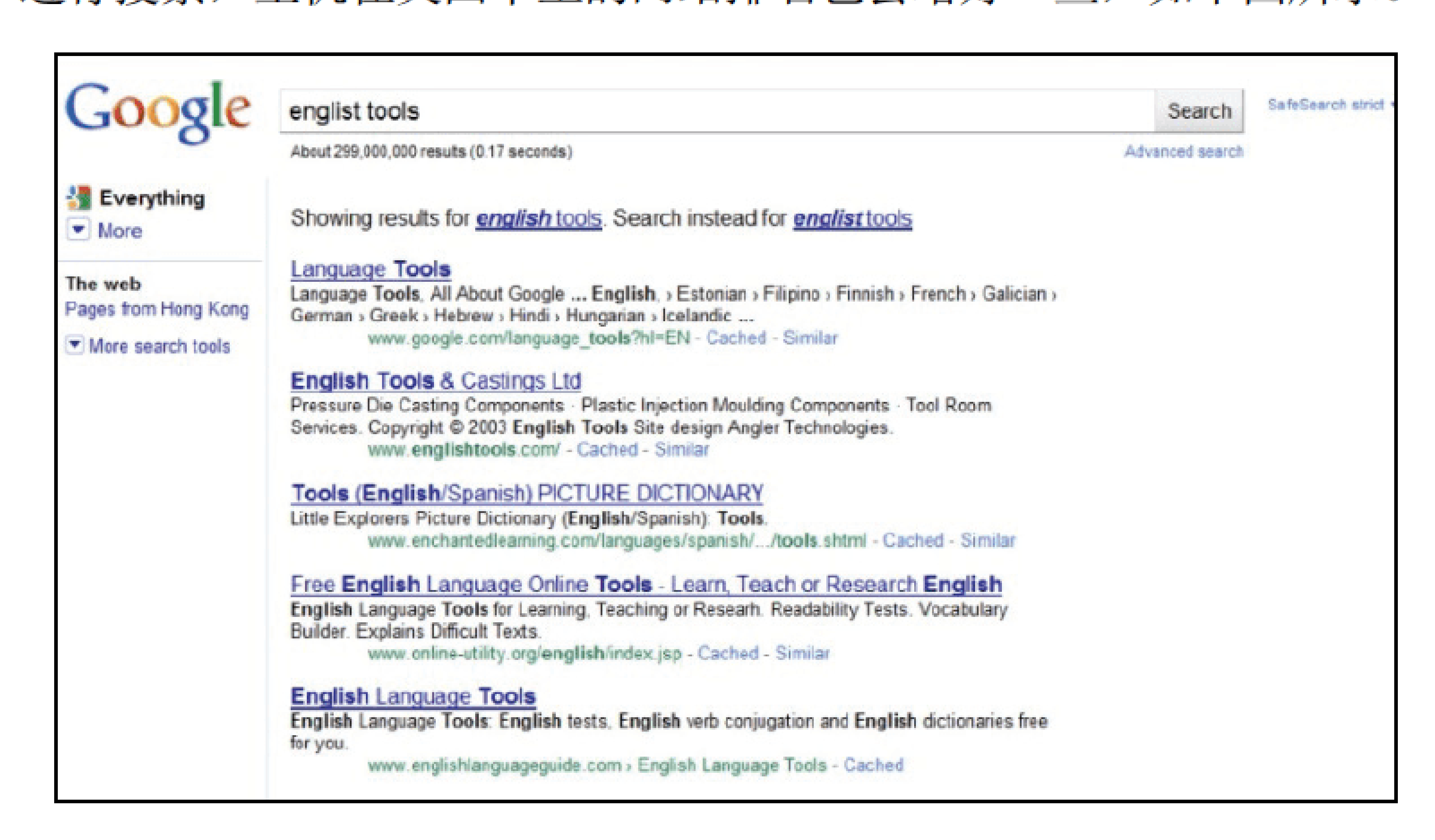
4.2.5 URL 重写支持

目前，大部分站点使用的是 CMS 系统，动态生成 URL 链接，虽说随着技术的进步，搜索引擎在抓取动态链接时已经有了很大的改进，但将动态 URL 重写为静态页还是 SEO 必不可少的工作，毕竟静态页面对 SEO 更加友好，只有这样才能保证网站被充分收录。如果主机不支持 URL 重写，这就是输在起步上了。

4.2.6 地理位置

主机是有地理属性的，很多国际性的搜索引擎考虑到用户体验，会根据搜索者的不同地域，返回不同地域的网站信息，这时候主机空间的地理属性就会对 SEO 产生影响。

举例来说，如果网站建设者做一个英文的网站，并将主机放置在英国本土，那此网站在 google.com.hk 中的关键词排名就要比在 Google.com 中的排名好一些。同样，如果英国的用户在 google.com 中进行搜索，主机在英国本土的网站排名也会略好一些，如下图所示。



对中文网站来说，地理位置同样也很重要，如在百度中搜索某些关键词，搜索结果往往会返回搜索用户所在地的网站或者信息。比如，在北京上网的用户，在百度中搜索“租车”，返回的结果中会自然地将“北京租车”的排名提前，如下图所示。



4.3 网站结构介绍

在对网站结构进行优化之前，要求 SEOer 对该网站的结构有一定程度的了解。因为在使用一件物品之前，总得认识才行，不然都不知道怎么使用，又何从去谈使用呢？下面的内容，就针对网站结构的相关内容进行介绍。

4.3.1 什么是网站结构

什么是网站结构？网站结构指的是网站中页面之间的层次关系，按性质可分为逻辑结构及物理结构。同时，网站的搜索引擎友好性及用户体验都受着网站结构的影响，而且这样的影响是很关键的。具体影响如下。

（1）网站结构决定着页面重要性

页面重要性，即页面的权重。网站结构在决定页面权重方面，起着不可忽视的作用，非常重要。

（2）衡量网站用户体验的指标

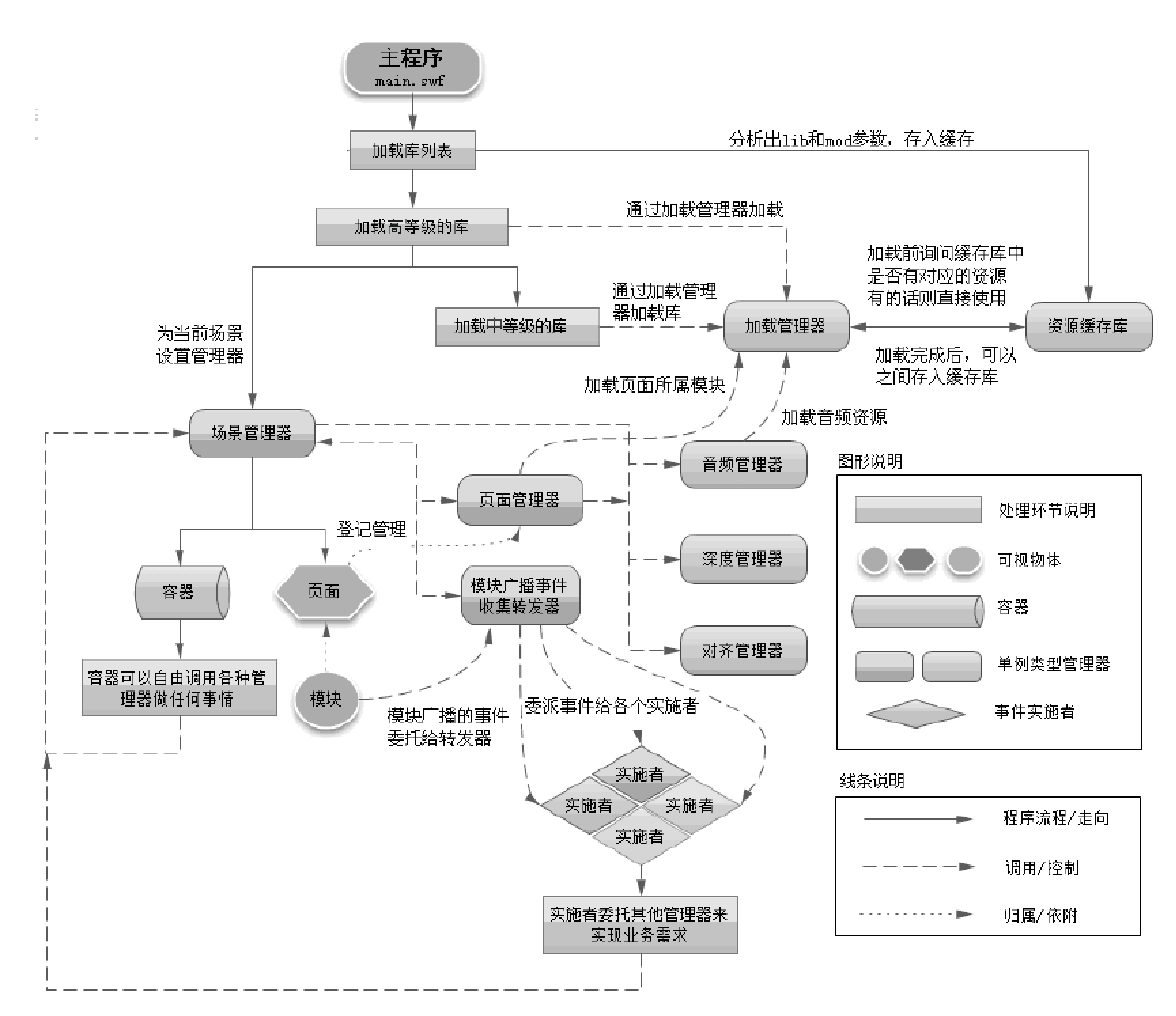
衡量网站用户体验好坏的重要指标之一就是网站结构。如果网站结构清晰，可以快速获取所需信息，达到帮助用户的目的，这样的用户体验效果就一定是良好的。反之，就会让用户有一种迷路的感觉，用户体验的感觉不会很好。

（3）影响页面的收录

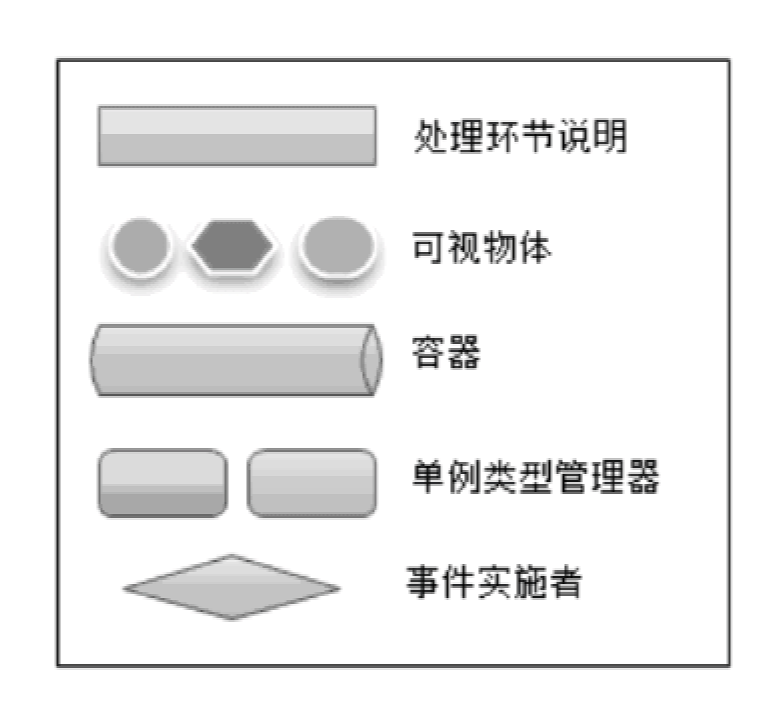
页面的收录，一直是 SEOer 所观注的。同样地，网站结构将直接影响搜索引擎对页面的收录。网站结构影响着搜索引擎对重要页面的抓取，要让网站结构实现这样的作用，让其能够去引导搜索引擎，从而让搜索引擎抓取更多有价值的页面。

4.3.2 标准图框结构的分解

如下图所示，是一网站结构图。其中采用了标准图框结构，用来表示网站中页面的具体功能模块。



分析该网站结构图，分别由如下图所示的相关标准图框所组成，其中包括矩形、圆、菱形等等。在网站结构中基本用到的标准图框，主要也就这些。



4.3.3　物理结构与逻辑结构

物理结构指的是网站在空间（或服务器）上的目录形式。逻辑结构就是页面与页面之间的链接，也叫做链接结构。物理结构与逻辑结构是不可分割的。要做好一个网站，一开始就应该把网站的结构做好。如何做好网站的结构呢？通过下面的内容进行探讨。

1. 物理结构

物理结构，可以分成两种形式，扁平和从属形式。网站的目录形式，就是所谓的网站物理结构。扁平形式指页面都在网站根目录的网站中的结构。所谓的从属形式，在其形式内有着严格的上下级之分，层次清晰明了，每个内容页面从属于上级目录。

处理好网站的物理结构，有这样一个原则“目录越少，蜘蛛越好抓取”。这里的“目录越少”，具体是针对网站内部的页面对比而言的。蜘蛛在对比网站内部的页面后，会抓取那些目录相对较少的页面。如下图所示是 126 网站的几个页面地址。因为是同一个网站，蜘蛛在抓取的过程中会按照从上到下的顺序来进行。因为蜘蛛一次能够抓取的页面数是有限的，所以越排在后面的如这里的目录最深的 www.126.com/XXX/XXX/XXX.html 这一类页面，其页面被抓取的机率就越小。

```
www.126.com
www.126.com/XXX/
www.126.com/XXX/XXX/
www.126.com/XXX/XXX/XXX.html
```

2. 逻辑结构

网站的逻辑结构，较有利于优化工作的实施。因为其 URL 层次结构有利于工作人员对其进行相关结构优化。逻辑结构就是页面与页面之间的链接，也叫做链接结构。这里主要介绍关于此结构需要注意的事项。

- 要保证每一个页面能通过一个文本链接到达，至少要有一个。
- 对于重要的内容页面，要求做到能通过首页直接链接到达。
- 加上面包屑导航条，在网站的每一个页面中。
- 不要有链接，在网站不同频道的页面中。
- 加上 nofollow 属性，在广告页面链接中。

4.3.4　网站结构对 SEO 的影响

网站结构对 SEO 有影响，其中的影响程度究竟如何，值得去深入研究。这里分别通过 DIV+CSS、目录、静态化页面以及 robots 来阐述网站结构对 SEO 的影响。

1. DIV+CSS 对 SEO 的影响

曾起何时，DIV+CSS 的这种网页设计与制作模式，被网站设计与制作人员所大量应用。正因

为如此，在对搜索引擎进行优化的过程中，一定要将 DIV+CSS 对 SEO 的影响考虑在内。这样才能使得优化效果更为理想。这里主要介绍三点使用 DIV+CSS 设计网站的优势，从而进一步了解 DIV+CSS 对 SEO 的影响。

（1）代码精简

关于代码精简后所能带来的优势，可通过 DIV+CSS 布局与 Table 布局的比较来究其原因。如下图所示，是一个简单的 Table 布局代码，相比两者之间，Table 布局比 DIV+CSS 布局增加了页面代码。



```
<table >
<tr>
<td >
</td>
</tr>
<tr>
<td >
</td>
</tr>
</table>
```

（2）能保持视觉的一致性

因为搜索引擎是按照从上至下、从左至右的顺序访问网站信息的，并且搜索引擎访问的是代码。所以，对于关键内容在页面中的位置分布就显得尤为重要了。这就是 DIV+CSS 的优势所在。如下图所示是 DIV+CSS 的切图。页面和区域用统一的 CSS 文件控制，这样在 Table 布局时会发生的页面与页面、区域与区域之间的显示效果偏差，就被避免了。



（3）提高修改代码的效率

网站内容需要不断地更新，这就关系到代码的修改。涉及到代码，那么其修改的便捷与否都会影响到速度，DIV+CSS 在这方面是占有优势的。到 CSS 里找到相应的 ID，就可以实现相应的

代码修改工作，在不破坏页面其他部分布局样式的基础上，这样更具有修改页面时所带来的便捷性的优势。

如果使用 DIV+CSS 设计网站正是为了符合 SEO 的理念来架构网站的，是一种便于搜索引擎的架构形式，可以在建立之初就将搜索引擎优化技术应用于网站中，避免在网站建设完成之后才通过技巧与手段达到排名的效果。正确的页面布局对于蜘蛛的抓取与收录以及关键词的排名是非常有利的。

2. 目录对 SEO 的影响

目录级别和目录文件名，都对 SEO 有着不同程度的影响，因此需要重视目录对 SEO 的影响。这可以为搜索引擎的优化效果增加不少的分数。

（1）目录级别

搜索引擎抓取的过程是从根目录往下逐级抓取的，因为每一级目录中有若干的页面，所以目录如果存放达到 3 级以上就基本不太可能被抓取到。导致的直接后果是，影响页面的收录数，使得页面的收录数量减少。有关于此项内容的优化，可以这样实现，让重要内容页在首页都要有链接的添加。

（2）目录文件名

如果仔细观察，可以发现到目录的路径和文件名也是影响关键词排名较为重要的因素。以“网站建设”为例，将其作为核心关键词，那么目录名称可以是“网站建设.html”，下面可以扩展核心关键词作为子栏目，如网站建设推广、网站建议方案、网站建设策划。然后用“**关键词”作为单页面的关键词。

3. 静态化页面以及 robots 对 SEO 的影响

静态化页面以及 robots 同样对 SEO 有着不可忽视的影响，下面分别进行分析。

（1）静态化页面

在进行优化的过程中，经常会有这样一个误解，认为搜索引擎更喜欢抓取静态化页面，就将动态页面改为静态页面，这是非常要不得的。当然静态页面在降低系统负载的条件下，无形中系统性能和稳定性就提高了。其实，搜索引擎对于动态页面和静态页面，没有更喜欢抓取哪个页面或者更不喜欢抓取哪个页面的区别。所谓的黑猫、白猫能抓耗子的才是好猫，映射到页面上，没有动态页面与静态页面的好坏，能为网站提高被收录数的才是好页面。

（2）robots 文件

关于 robots.txt 的详细内容，介绍如下。

① 什么是 robots.txt 文件

robots.txt 是一个协议，而不是一个命令。robots.txt 是搜索引擎中访问网站时要查看的第一个文件。robots.txt 文件告诉蜘蛛程序在服务器上什么文件是可以被查看的。每个网站都可以自主控制网站是否愿意被搜索引擎收录，或者指定搜索引擎只收录指定的内容。

② robots.txt 文件格式

- User-agent：定义搜索引擎的类型。
- Disallow：定义禁止搜索引擎收录的地址。
- Allow：定义允许搜索引擎收录的地址。

③ 使用方法

关于该文件的使用方法，下面通过具体的例子来进行介绍。例如，允许所有的访问，可使用如下图所示指令，将其写入 robots.txt 文件中即可实现。

```
User-agent: *

Allow:
```

在指令中，“User-agent:”项中的值为通配符“星号（*）”，表示所有搜索引擎的类型。

这里通过一个例子进行简单说明，有一段时间淘宝不允许百度的机器人访问其网站下的所有目录。在 robots.txt 文件中，使用了如下图所示指令。

```
User-agent: Baiduspider

Disallow: /

User-agent: baiduspider

Disallow: /
```

在指令中，“User-agent:”项中的值为 Baiduspider（百度蜘蛛），表示不允许百度这个搜索引擎访问。“Disallow:”项中的值为通配符“斜杠（/）”，表示要拦截整个网站。

使用这个指令目的很明显，但是，现在再去查看网站时，发现淘宝已经悄然删除了该 robots.txt 文件。

4.3.5 如何充分考虑 SEO 的需求

介绍了这么多的网站结构的相关内容，出发点就是为了 SEO，一切为了搜索引擎优化。所以，在进行网站结构优化过程中，如何充分考虑 SEO 的需求，也是每一位 SEOer 和站长所需要解决的问题。该怎么去操作呢？通过下面介绍的内容来解释。

1. 不时优化

网站在所有拟定的目的都完成之后，往往会对搜索引擎优化有松懈的现象，觉得可以对优化工作有所松懈了。但是这些完成了，不代表就可以中止优化了。网站在搜索引擎的排名，时时都有变化的可能性，其间可能有更高难度的挑战。因为 SEO 不时需要依据变化中止或调整的一个任务。

2. 了解搜索引擎

来自搜索引擎的算法直接影响到搜索引擎优化的，算法有可能会有所变动，这就要求要不断地去重新认识搜索引擎。

（1）百度更看重网站域名的时间

在之前，许多新的网站经过一段时间的优化，就可以在百度中有个很好的排名，但现在做不到了。

（2）百度不再给新站排名

以前百度收录新站会有较长的一个时间，然后一旦被收录排名就会很好。现在新站会很快就被收录，但是快照却是迟迟不给的，就更没有网站排名可言了。

（3）百度开始打击网站外链。

如果网站的友情链接或者外链过多，百度进行了针对治理，有很多网站已经被打击。

以上种种现象，就是搜索引擎所提供的信息，如果想要以技术手段实现 SEO 需求，需要有不断接受挑战的心态。

4.4 案例 1——优化网站的结构

已经了解到，网站结构可分为物理结构以及逻辑结构。同样地，对于网站结构的优化，也要分别从物理结构优化和逻辑结构优化去着手进行。在下面的内容中，将要讨论的是如何进行物理结构和逻辑结构的优化及其相关的内容。

4.4.1　物理结构优化

对搜索引擎优化而言，优秀的网站结构优化应该包括网站物理结构优化和逻辑结构优化两个方面，这里将要介绍的是关于物理结构优化的相关内容及其技术手段。物理结构优化分别从以下几点来着手实施，会有不错的效果。

1. 404 页面的制作

404 页面就是告诉用户其所单击的页面不存在或链接错误的导向，引导用户使用网站其他页面。利用 404 页面做外链效果非常好。不要将 404 错误直接转向到网站首页，这将导致首页不被收录，后果就很严重了。很多开源系统不提供 404 页面，包括 CMS 系统、Blog 系统等。下面简单介绍 404 页面的制作方法。

（1）网站空间虚拟主机管理系统

登录网站空间虚拟主机管理系统，在 404（Not Found）后面填的是 404.htm，如下图所示。

404（Not Found）后面也可以填其他的，但一定要以.htm 为扩展名。



（2）制作页面

完成了上述操作后，也就实现了虚拟主机管理系统的后台设置。下面做一个 404 页面，可以用 Dreamweaver 制作一个页面，也可以在网上找一些 404 错误页面模板修改后利用。如下图所示，是一简单的 404 页面。



（3）上传页面

将制作完成的页面以 404.htm 命名上传到网站的根目录，这样整个 404 页面的制作与相关操作也就完成了。

2. 不要复制别人的网站

为了省事，人们经常会采用复制自己认为好的、喜欢的那些网站。因为镜像站点对搜索引擎是不友好的，不要采用此种方式，不然得不偿失。

3. robots.txt 和 nofollow 的使用

robots.txt 在前面内容中已经有所涉及，这里主要介绍以下内容。

当需要合理地下载一个网站，却又不失效率，设置参数 nofollow 可以让百度不抓取页面上的所有链接。

4. 网站目录优化

为了体现网站是对搜索引擎友好的，建议目录层级不要超过三层。

5. 网站中放上网站地图

Google 容易抓取 xml 地图，百度容易抓取 html 地图。为了避免有的页面没有被抓取到，建议在网站中放上网站地图，因为网站地图有利于搜索引擎爬行，也就标志着对抓取有利。

6. 网站 URL 优化

静态的 URL 优于动态的 URL，建议网站 URL 用拼音或者英文组成最好。在网站 URL 中不要有中文，以及除了问号（？）和等号（=）以外的符号。另外，URL 越短越好。

7. 导航优化

因为首面权重是最重的，而导航又在首页中，就意味着导航的地位的重要。导航不要用图片、Flash、JS 实现，因为这些对搜索引擎不友好。如果必须要用，要想方便搜索引擎蜘蛛对各个页面去抓取，就需要有其他文字链接入口可以直接到达导航栏目的每个页面的技术处理。

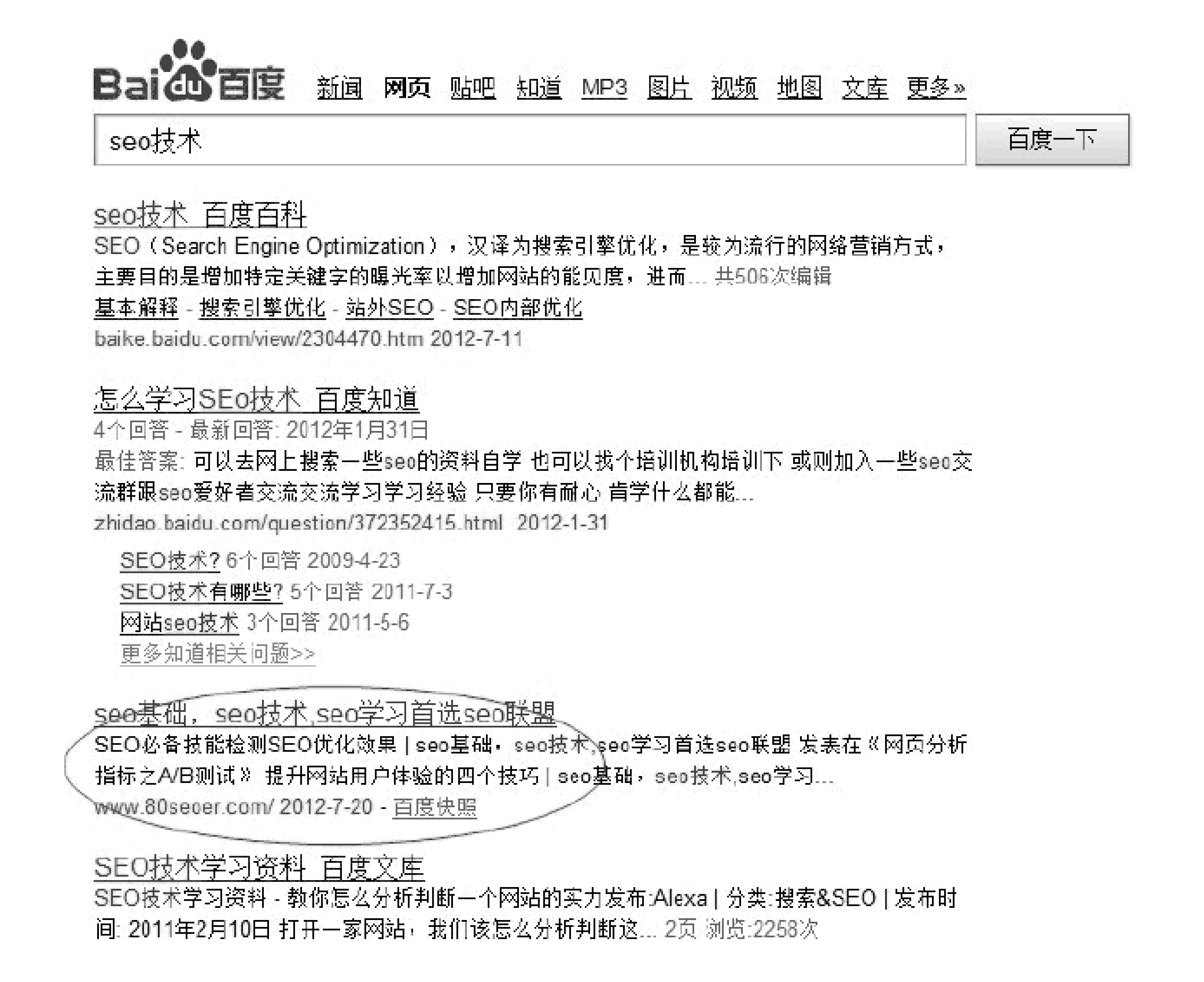
4.4.2　逻辑结构优化

对搜索引擎优化而言，优秀的网站结构优化应该包括网站物理结构优化和逻辑结构优化两个方面，这里将要介绍的是关于逻辑结构优化的相关内容及其技术手段。网站上的每一个页面都要有到上下级页面的链接以及相关内容的链接，首页有到频道页的链接，频道页有到首页和内容页的链接，内容页有到首页和上级频道页的链接，相关内容页之间有链接。关于逻辑结构优化的技术，这里介绍以下内容。

1. 增加重要页面的链接数量

有一个常用的优化办法，为减少页面之间的链接深度，将存放更多的链接指向其他页面，当然不是对每一个页面都这样处理，主要针对相对重要的页面。它还可以实现传递权重，以及引导搜索引擎去抓取更多网站中的页面。

例如，一个网站的首页，往往是一个网站的最重要的页面。为了让搜索引擎抓取内页，可适当地将内页指向链接，在网站的网页中，如下图所示。这样可以让搜索引擎快速地发现并收录网站的最新内页。



2. 增加重要页面的链接入口

增加重要页面的链接，直接连带的增加了重要页面的链接入口，可以增加这些页面的链接权重。在增加重要页面的链接数量同时，其链接入口也需要增加，不然将不能实现链接的效果与功能。

无论是采用物理结构还是逻辑结构优化网站的结构，这样片面的做法，都是不可取的，而是需要综合考虑这两种优化才是长久之计。比如，有这样一个现象，不管内容页，也就是目录层次所处的位置多不合理，如果该页的外部链接和内部链接，也就是来自于网站内外的链接数量够的话，还是可以被搜索引擎快速发现的。当然，这样的条件下，获得较高的权重，就是轻而易举的事了。

4.5 二级域名与子目录的选择

二级域名与子目录，在网站添加过程中会用到。在对搜索引擎优化过程中，做好二级域名与子目录的优化也同样重要。要做好这些工作，就要从选择二级域名与子目录开始去进行。那究竟该选择用二级域名的方式做栏目，还是用子目录的方式做栏目？针对这个疑问，百度官方发布的“百度搜索引擎优化指南”给出了详细介绍。

4.5.1 根据内容的丰富程度进行选择

1. 关于频道的内容

某个频道的内容没有丰富到可以当做一个独立站点存在之前，使用目录形式；等频道积累足够的内容，再转换成子域名的形式。

2. 关于网页在搜索结果的排名

一个网页能否排到搜索结果的前面，“出身”很重要，如果出自一个站点权重较高的网站，那排到前面的可能性就越大，反之则越小。通常情况下主站点的权重是最高的，子站点会从主站点继承一部分权重，继承的多少，视子站点质量而定。

3. 关于内容的丰富处理

内容没有丰富到可以作为一个独立站点之前，内容放到主站点的目录中能在搜索引擎中获得更好的表现。

4.5.2　根据内容的相关性进行选择

1. 内容形式

内容差异度较大、关联度不高的内容，使用子站点形式。

2. 站点的主题

搜索引擎会识别站点的主题，如果站点中内容关联度不高，可能导致搜索引擎错误的识别。将关联度不高的内容放在不同的子域名下，可以帮助搜索引擎更好地理解站点的主题。

4.5.3　分开访问子域名内容

1. 域名的访问

子域名间的内容可以互相访问，可能会被搜索引擎当做重复内容而进行除重处理，保留的 URL 不一定是正常域名下的。

2. 域名的内容

域名间内容要做好权限，互相分开，比如 a.zhangjiyuan.com 下的内容，不能通过 b.zhangjiyuan.com 进行访问。

4.5.4　不要滥用子域名

1. 子域名

无丰富内容而滥用大量子域名，会被搜索引擎当做作弊行为而受到惩罚。

2. 作弊

滥用大量子域名，这一点涉及作弊。以前曾有人利用成百上千个子域名作弊，可以快速提高

主域名的权重，但很快就被搜索引擎发现了，现在这样的策略已经没有效果。

4.6 案例 2——优化网站的域名和子目录

上述内容是对 SEO 技术在优化网站过程中的一个阐述，下面通过实例部分来进一步分享优化网站结构的技巧。共同探讨如何做一个友好的网站结构，让搜索引擎喜欢，让站长们对结果满意。个人觉得要想做到网站结构优化的好效果，需要做到以下几点。

1. 导航结构一目了然

首先，导航要做到清晰、自然。在对网站导航进行优化时，首页的导航不要太深，建议直接指向下一个目录。目录之下的导航，将其继续指向内容就可以了。有层次感的导航，有利于搜索引擎判断其权重的大小。

其次，在导航中加入 sitemap（如下图所示）生成也是必要的，这样方便搜索引擎对页面内容的获取。sitemap 程序中会自带该功能，如果遇到没有此功能的情况，可以用搜索引擎搜索地图生成器进行处理即可。



2. 页面权重分配主次

在网站的所有页面中，网站主页的权重是最高的。为了达到网站结构优化效果，实现页面的权重分配有主次之分。建议这样优化，主页链接指向所有目录频道，所有目录频道指向其他频道，而频道主页全部都要链接网站主页。

3. 合理使用超文本链接

大量的使用图片以及 Flash 在网站结构中做链接都华而不实，因为搜索引擎是不抓取这些图

片的，蜘蛛也只会识别文字。想要达到合理做 SEO 网页结构优化的目的，呈现于搜索引擎面前的只能是文字的表现形式，使用超链接文本是最好的效果。

4. 内容排版优化

标题有标题标签给把关，但文章中的内容需要手动优化。建议这样优化，一般主要利用变色和加粗的方法，强调此内容的重要性。如果文章中第一段出现一次关键字，建议加粗处理。在文章结尾时，建议再出现一次关键字。不要认为关键字越多越好，那会给用户不好的体验，同时也会让人觉得有作弊的嫌疑。

可以在文章中的适当位置合理加入长尾关键词，这是一种不错的优化方案，真是不需要将主关键字去生搬硬套，使文章变得四不像。

总之，优化好网站结构，能给搜索引擎一个好的印象，很好地提升用户体验度，提高页面收录数量，可控制页面权重的分配，锚文字提高网站排名。在进行搜索引擎优化的过程中，针对网站结构的优化经常会被无意中忽略，需要加强对这一块内容的重视程度！

第 5 章

优化网站的主题

通过总结搜索引擎的排名规律，对网站进行合理优化，让网站在百度、Google 等搜索引擎的排名提高，利用搜索引擎带来客户，这就是网站优化的中心主旨。网站优化可以通过优化网站的主题等来实现，这一章将重点介绍优化网站主题的相关技巧。

5.1 网站主题概述

对内容实施优化，是网站优化的重点，它非常的重要。网站优化不要求每一位站长做到面面俱到的程度，但至少在内容方面一定是要有价值的。网站内容优化需要做好以下几方面措施。

5.1.1 选择有价值的内容

内容要有价值，不仅对于 SEO 来说是这样的。在确立内容时，也是以其价值作为取向。关于内容的价值取向，有以下几点建议，供大家参考。在 SEO 实施过程中，需要将它们作为优化要素考虑。

1. 网站内容要有价值

关于网站内容要有价值，可以通过以下几点来着手实施。

（1）网站内容对于用户体验的重要性

网站内容要通过用户体验来提升价值。经过分析发现，网站大部分的流量是来自用户的。因为来自用户的搜索（即搜索引擎）比例达到 90%以上，所以很多人想尽一切办法对搜索引擎进行优化，以达到提升网站排名的目的。为了达到此目的，有的不惜花钱进行推广。虽然花钱能够达到迅速增加网站流量的目的，但是流量是不是可以转化成有效的利润，决定性因素在于用户。用户体验好，利润自然就高，反之则效果必然不理想。

有价值的网站内容，无疑是提升网站用户体验的“利器”，当用户第一次进入网站时，他会对网站的设计产生第一直观印象，内容无疑会成为重要的因素。要是网站的内容对浏览者没有帮助，用户通过搜索没有得到想到的答案，那么这些用户就不可能再次来该网站了。因此，网站内容一定要以用户体验为建设标准，并在网站建设、实施的过程中，以更好地体现内容的价值之所在为重要目标。

（2）原创内容的重要性

原创内容具有较高价值，还要注意原创内容的吸引程度。原创内容本身就不好写，再加入想法之后，原创就会变得更加难写了。因为这样的原因，很多站长目前大多采用简单的原创方式来进行，这种方式在较短的时间内是能够起到提升网站价值的作用。如果仔细分析，这些内容往往会有可读性差、把正确的意思说反或者说成歧义等问题。这样的内容就算是原创，价值也几乎是没有的。因为当用户一次又一次发现此类问题后，自然就不会再光顾这样的网站了。

鉴于以上原因的考虑，只有用心来编写原创内容，才能实现高访问量的目的。如 A5 网站上就发表了很多原创内容，而且其内容会给人很用心的感觉，如下图所示是该网站的页面，值得大家借鉴。这些内容对很多站长都有实实在在的帮助作用，它们给出了搜索者所需要的大部分答案，也就体现了内容的价值取向。



（3）网站内容价值还取决于转载量以及浏览深度

有的时候，网站内容价值除了原创内容是最好的以外，还包括内容的转载量、浏览量的大小，这也是常被用来衡量内容价值的标准。如果考虑这两个因素对网站内容进行建设，那么内容是否原创的、采集的、转载的就不重要了，重要的在于能够让用户收藏它，并且能够长时间停留在网站上，这才是内容有没有价值最重要的表现。另外，作为站长还可以用主动出击的方法，通过对内容的宣传、推广等方式，使自己的网站被更多的人转载。

2. 如何判断网站内容是否有价值

站长们分享的经验中常常会提到原创内容可以提高并且稳定排名，原因在于原创内容对用户体验的效果非常好，而搜索引擎又特别重视用户体验，自然就能获得好排名了。当在为网站实施优化时，及时地掌握该网站内容是否有价值是非常重要的。主要可以从以下几方面来判断网站内容的价值取向。

（1）内容能否创造价值

大多数人做网站的最终目的，就是为了能够通过网站带来利润。想要达到这个目的，需要尽最大的可能去获得用户并满足用户的需要。比如，很多的 SEOer 都拥有自己的独立博客，发布的内容都会围绕着 SEO 相关内容进行，通过自己分享的思路和案例，更能说服客户接受自己的优化服务，从而获取盈利，这样的方式是比较常用的。

（2）内容能否给用户提供有用的信息

用户是网站发展中具有决定性的重要因素，这毋庸置疑。一个网站的内容无法给用户提供有价值的信息时，也就不可能会获取用户的认可，而对于这样的网站要继续发展，也会变得很难。

（3）内容能否带来较大的转载分享率

内容能否带来较大的转载分享率，是一种判断内容是否有价值的方法。例如，当发表一篇软文后，它是不是能获得高效并且长期的转化率，这就需要通过软文的被转载分享的相关数据分析及其具体情况来判断。对于网站的内容，也是有着同样的道理。

3. 有价值的网站需要内容准确

一个有价值的网站为什么需要内容准确？因为没有用户会容忍网站内容上的错误，这样只会给人不专业、不认真的感觉，若给用户留下了这样的印象，网站还有什么价值呢？

假如某个网站的用户搜索该网站产品的时候，发现这个网站在产品的内容介绍方面存在错误，他会觉得连这样的错误都会有的网站，其产品也应该好不到哪去。作为网站的管理人员或者建设者，需要从用户的使用角度出发考虑问题，这样才会发现网站存在的不足之处，从而提高内容的准确性。

例如，有些网站上提供的电话号码早就变了，却没有及时修改，而让打电话的人永远也打不通，如果从用户的角度考虑，就应该立即予以更正。作为站长要修正的东西多是难免的，不否认有这种情况的存在。但要过十天半个月的再去改正，用户是不会容忍的，尤其是作为意向客户，就会选择放弃联络了。

5.1.2　注重企业的权威品牌

内容代表网站的本质，其所谓的本质，也就意味着品质。当网站有很多高质量的内容之后，搜索才会逐步为网站带来更多有相关需求的用户。如下图所示，是一个关于 SEO 优化的“广而告之”，此类内容在网上能经常见到。相信用户看到这样的页面内容，一定会觉得背后的团队以及网站提供的服务很专业、很权威吧？分析其背后的目的，之所以发布这样的页面内容，正是出于为网站营造权威感觉的想法。



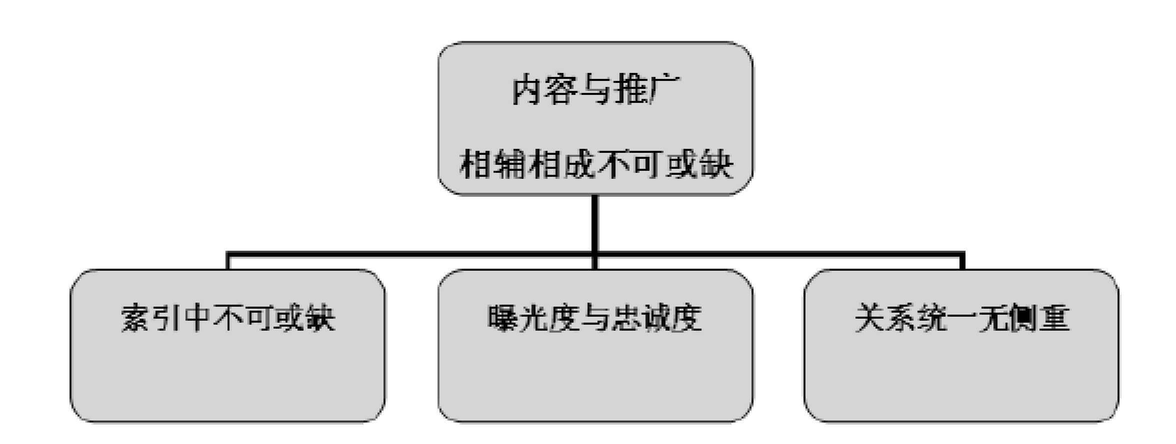
SEOer 进行优化的过程中，在考虑到用户的需求，为其提供内容，并确实解决用户的问题之后，才有可能让用户对这个网站给予认同，并最终获得用户良好的认同感。这样，用户才有可能慢慢地记住网站的名称、网址、品牌，乃至向别人推荐该网站，然后通过链接效应，获得其他网站的转载，以及这些站点链向本站点的链接。最终，通过这样的积累，使网站权威和品牌得以建立，这才是终极目标。当然，这其中一系列的目标内容的实现，同样需要高质量的内容作为基础。

5.1.3 案例 1——融合 SEO 和网站的主题

如果网站只是内容有质量，却没有使用相应的优化技术，也同样起不到优化的目的。因此需要网站内容和优化技术做到并行，也就是说 SEO 和内容建设是相辅相成的，它们都是不可分割的一部分。要让具体的 SEO 技巧更好地得以实施，就需要在网站产生价值后继续进行后续工作。

1. 网站建设——内容与推广相辅相成不可或缺

“内容为王”、“外链为皇”这些常常被人们用来形容内容与推广的重要性，一些站长和 SEOer 之间沟通的话题，往往都是围绕内容与推广来进行的。“酒香不怕巷子深”却又需要顺风顺路，而酒本不香醇风再顺再大也是徒劳无功的，鉴于上述原因的考虑，在具体的搜索引擎优化实施过程中，内容与推广两者是不可或缺的。具体表现如下图所示。



（1）索引中不可或缺

为什么索引中不可或缺呢？这是因为网站的内容是网站的灵魂和生命，内容的贫乏或者良莠不齐都会影响网站的吸引力，并导致用户的流失。用户找不到所需的信息当然不会再次访问该网站，内容的价值性严重缩水了。在搜索引擎索引中，它也离不开有价值的外链与内容，但归根结底还得按用户的需求来。

（2）曝光度与忠诚度

曝光度和忠诚度同样也很重要。推广在带来流量的同时，网站自身或者品牌曝光度也同样得以提高。用户忠诚度由两部分组成：一种是网站带给用户荣誉感，可满足用户心理需求，如 QQ

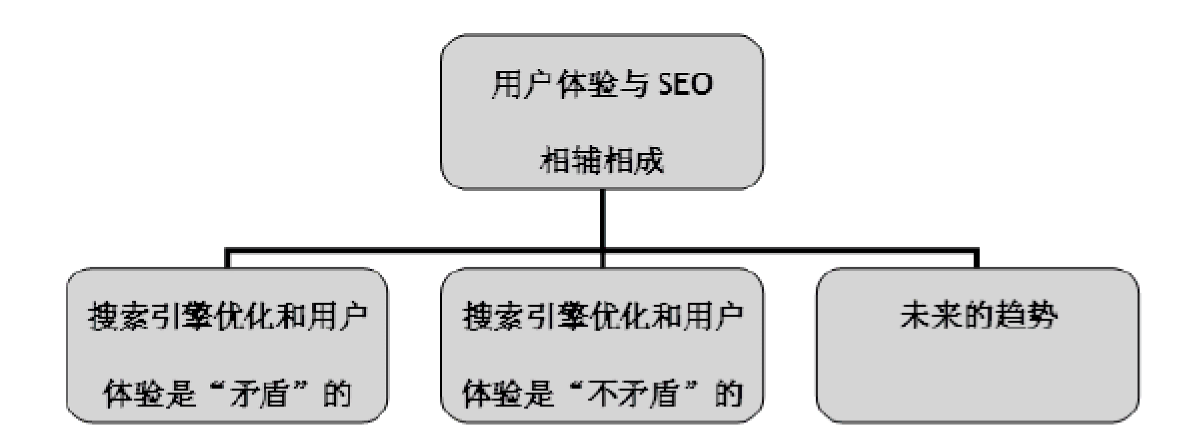
会员业务；另一部分则为实际价值。想要提高品牌在用户中的形象，增加网站曝光度不失为有效的推广方法。来源于产品或网站的质量以及在同一领域中的知名度，正是用户忠诚度的象征。

（3）关系统一无侧重

不要凭自己的主观性来为网站搜索引擎做规则，应该遵循“一切从实际出发”的原则。无论是内容质量与数量的更新，还是网站优质合理的推广都极其重要，没有侧重。因为注重推广而忽略了内容，或者注重内容而忽略了推广，都是不可取的，站长在操作过程中一定要注意避免此类问题的发生。对于推广和内容，不能一味地去侧重某一方面。

2. 网站建设——用户体验与 SEO 相辅相成

在一般情况下，搜索引擎优化与用户体验是相辅相成的，但是在实际开发过程中，搜索引擎优化与用户体验又存在着一些矛盾。如用户体验比较好的网站，它的搜索引擎优化表现也不会差。针对这些内容，具体分析如下图所示。



（1）搜索引擎优化和用户体验是“矛盾”的

下面分析搜索引擎优化和用户体验存在“矛盾”的原因。用户体验的关注度增长要远远大于SEO，这是产生矛盾的原因之一。可能经常会有这样的问题发生，SEO 人员与用户体验人员往往存在谁都有理由的情况。当他们都各执一词之时，问题的根本不是哪个更重要，而是 SEOer 对用户体验的了解不够。

（2）搜索引擎优化和用户体验是“不矛盾”的

为什么搜索引擎优化和用户体验“不矛盾”了呢？进行搜索引擎优化，不仅仅需要流量，更需要转化，也就是方向是一致的。比如把绝大部分的关键词都优化到首页，把关键词均衡分布，长尾关键词用详细页优化，这是一些技术掌握比较到位的 SEOer 在控制搜索引擎流量质量时都会做的事。SEO 的目的是为了从搜索引擎获取更多的流量，用户体验是为了把流量转化为更多的利润，它们并不是矛盾的。

5.2 标题优化的策略

所谓“标题党”在如今这个年代，是一种趋势，网站的标题，就像人的眼睛，它直接面对着浏览、使用网站的对象。

5.2.1　中规中矩的常规标题

如何写一个能够吸引用户的标题，获得更高的点击率，“标题党”可以说是费劲心思。不过，在网站 SEO 推广中标题带给网站优化的作用还是挺大的，这是不可否认的事实。那么如何写出一个好的标题呢？中规中矩的常规标题，虽然在感观上看起来没有什么新意，但是它却可以直接带给人们最直接的信息。

如下图所示，是百度中的一些点击率很高的标题。



5.2.2　明确受众的特定标题

明确受众的特定标题，是指限定了属于哪类人看的标题，又称之为“特定人群”的标题。这一类标题，从某种程度上来说局限了人群范围，但是正因为“欲语还休”的效果，才会让浏览者都有想要一探究竟的想法。如此一来，也就达到了增加点击率、浏览量的目的。

例如，下图是新浪微博的用户页面截图。可以通过在搜索引擎中输入“新浪微博”，来查找相应的网站主页，以达到快速登录网站的目的。



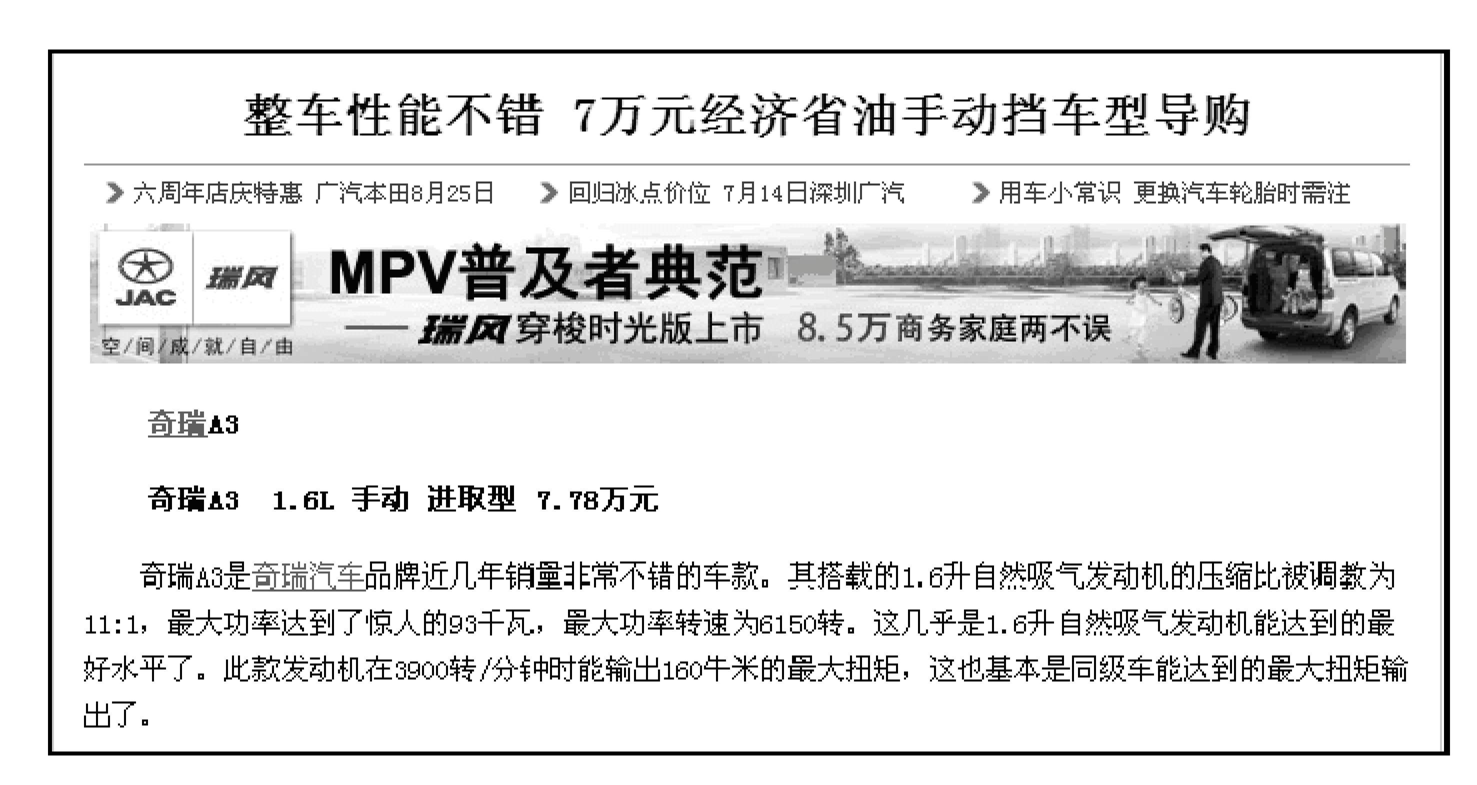
搜索结果如下图所示。作为站长或者 SEOer 会清楚地知道，如果是不玩新浪微博的人，不会使用此关键字进行搜索的，这就是所谓的明确受众的特定标题。



5.2.3 用数字说话的标题

用数字说话，在日常生活中，也会经常使用这种方式来表达一些客观事实。在标题上使用有份量的数据，同样是搜索引擎优化不可或缺的方法。

很多的数据是商家为了吸引用户购买其产品而列出来的标题。例如，用价格来说明其价格低的优势，以达到吸引更多人浏览，进而推动用户实现购买行为。如下图所示，就是应用此类标题的网页内容。



5.2.4 用疑问引起共鸣的标题

此类标题往往是有针对性进行搜索的用户的问题，比如“七夕是哪一天”。这样具体的问题，在找到相应的页面后，也就能够迎刃而解了。

如下图所示，其中右下角框选区域内的标题，5 个里面有 4 个都是疑问句的形式。建议 SEOer 或者站长在实际操作过程中，不妨也用一些此类形式的标题。



5.2.5　用夸张的标题

用这样的方式进行标题优化，有时效果还是不错的。通过这样的方式，可以达到一种吸引眼球的效果。运用夸张要有节制，要掌握好分寸。如下图所示的标题，就是对此种方式的一个应用，可供大家借鉴、参考。



萝卜,古称"莱服",生熟食用皆宜。生用味辛性寒,熟用味甘性微凉。在我国民间素有"冬吃萝卜夏吃姜,不劳医生开药方"和"冬令萝卜小人参"之美称。 入冬之后,萝卜源源上市,品种繁多,新鲜萝卜中含有丰富的维生素A、B、C大量的碳水化合物以及钙、磷、铁等矿物质,还含有一般蔬菜中没有的芥子油、氧化酶、淀粉酶和蟹酶等特殊成分,具有较高的营养价值和药用价值。 中医临床实践证明,萝卜具有健胃消食、抑菌消炎、顺气解郁、止咳化痰、醒酒利尿等功效。常用于消化不良、胃酸胀满、咳嗽多痰、咽喉肿痛、声嘶咽干、腹痛腹泻、煤气中毒及头痛头晕等症。如将萝卜捣烂取汁外用可治疗冻疮、疖肿、烫伤、脚汗等症;萝卜内服还可治吐血、咯血等,故有"萝 卜上市,医生还乡",之说。 现代医学研究认为,萝卜不仅是蔬菜中的佳品,医食兼优的中药,而且具有防癌抗癌的新功能。据日本九洲大学动物实验室的大量调查和科研资料证明,萝卜具有较明显的防癌抗癌作用。其原因之一是萝卜中含有大量的维生素A、C,它是保持细胞间质的必需物质,起着抑制癌细胞生长的作用。据美国医学界报道,萝卜中的维生素A,可使已经形成的癌细胞转化为正常细胞。二是萝卜中含有一种糖化酵素,能(本文共计1页) ......[继续阅读本文]

5.2.6　用明星效应武装标题

借助明星效应可以事半功倍地实现利益最大化的目标。对标题进行修饰的过程中，运用明星效应往往能带来意想不到的收获。这是进行标题优化的又一种方式。

当标题里有了此类“武装”的时候，相信网站流量以及获得的收获一定颇丰。如下图所示，是百度的“娱乐”版块，专门用来罗列一些热点明星的动态、新闻等相关消息。



5.2.7 限时的标题

进行网上购物时，读者经常会碰到限时限购的促销方式。对于网站标题，同样适用此类方法，从用户的这种“得不到永远是最好的”心理特点出发，往往能带来意想不到的好效果。

经常在淘宝网购物的读者，一定会碰到这样的一种促销方式，叫作“限时抢购”。如下图所示，在某个时间段购买特定商品是一种价格，过了这个时间段价格就会涨起来。这种吸引顾客的方法，效果也非常明显。



5.2.8 不按常理出牌的标题

通过不按常理出牌的方式方法同样能让标题达到优化的效果。

人说“六月飞雪，必有奇冤!”，这是中国自古以来流传的“名言”，因为一般情况下只有在冬天才能看到飞雪，说明天象异常，不按正常的气候规律。通过这种不按常理的语言组织形式，作为吸引用户的手段，也不失为一种好方法。如下图所示，“夏日里的第一抹雪花”这个标题采用的就是这种手法。

夏日里的第一抹雪花

收藏本文　分享

——粼'熊举、净取_一{莎藏} 桔子说要去西藏的时保我瞪大了眼,是去旅行呀亏那一定要照好多好多的相片满屋都是。 可是桔子说她不要相机,有些东西是要压在眼里和心里,是无需留下绚丽的痕迹,是淡傲的不着边际的喜爱。对西藏的情感,那么轻易挝道破会是种菠读。 哦,是么,我倒没有想那么多。我只是摆摆手,在某个夏日的清晨和桔子道再见,我说你互不要迷路在大雪山,那我会飞奔过去拴上'才医靴你士终牵回来。 一她说别美言了,不就是想要我给你带礼物嗯说口巴要什么。_我的小伎俩不难被她看穿.却也只旱笑.我_娜仔扁靶凯桔子一走.我的牛活弯得有些乏味.其罕一多找不着北。暑假的头几白我们还光着脚丫匕杨言要喝掉一游泳油的可乐.可旱睿现在只剩我一个、人抱着塑料瓶咕噜咕噜 无聊之际我带着楠希到处闲逛,而它这时正极其不聪明地和自已尾巴过不去,一圈一圈地围着它等鼕打刹阮卜看到我的时候.念儿歌。猫一'我几劳、小狗汪汪汪,小鸡吱肢肺.腊泪苗.目苗".它很聪明地接过我的潇。然后一旁路过的萝卜笑岔了气,他说没见过这样的女生,会用一些比较弱智的方法和自己的猫说话希}'\我没有理他,我早就听说萝卜这个人,出了名的优秀。可我不喜欢那些死读(本文共计2页) ......[继续阅读本文]

5.2.9　用热点事件装饰标题

在标题中可以适当地增加一些热点事件的关键词，让标题更有吸引力。这样也会使该网站的点击率迅速增长。

这里来看一则相关的标题形式，如下图所示，从“全部讨论”中的数据来看，有将近 4 千万人，通过这个数据，可以判断大众对于这件事情的关注度。


话题 > 热点

#刘翔手术成功还能再跑#

全部讨论：38265525



刘翔手术成功，医生称还能再跑，你觉得刘翔还应该重回赛场吗？

意外受伤退赛的刘翔，昨天在伦敦惠灵顿医院进行跟腱修复手术，为刘翔主刀的是英国皇家骨科医院顾问尼克。主刀医生称，手术很成功，不但把断裂的跟腱重新接好，还把包括一个骨刺、两个钙化点以及部分粘连肌腱梳理干净，刘翔完全有可能参加在巴西里约举行的奥运会。

手术前刘翔短信向父母保平安的时候也提到想继续跨栏：“爸爸妈妈！昨天晚上代表团已经找了英国医生给我会诊！尽快会安排手术！其实运动员比赛受伤是很正常的！我很珍惜也很喜欢跨栏！我还会回来的！因为栏还在那里我就要跨过去！”

你觉得刘翔还应该在110米栏的跑道上继续跨越吗？

[奥运吧热议中]

5.2.10　抓住访问者好奇心的标题

人人都有一种好奇心，对某些事情不可避免地产生会一种好奇的心态。在对标题进行搜索引擎优化的技术处理过程中，可以利用访问者好奇的心理对标题进行优化，也不失为一种较为适用的策略。

如下图所列的标题中，涵盖了各种形式的标题，给人以眼花缭乱的感觉，要想让自己的内容从大量的标题中脱颖而出，利用访问者好奇的心理，不失为一种好办法。



5.3 案例 2——内容形式优化的三种方法

接下来，介绍一些关于内容形式方面的优化方法。关于内容形式优化，可以有不同的方法。下面将讲述三种不同的方法，来对内容形式进行优化，并详细地说明相应的 SEO 的优化方法。

5.3.1 避免古板的语言

这是一个“冷幽默”流行的时代，如何让网站标题不因太古板而冷场，是一门艺术。对内容形式进行优化的过程中，避免语言古板，才会使其更加地有吸引力。

1. 关于“别撞我的车”标题语

有时经常会看到各种各样的标题语，在进行标题内容的优化过程中，不妨参考和借鉴一下，也许会带来不可预估的效果。例如，一个车贴为“别撞我的车”效果不一定尽如人意，如果可以换一种语言风格，如用下图所示的标题语，效果应该会好很多。

车+车+车=轰

2. 关于“禁止剩饭”标题语

为了宣传不要浪费粮食，不要剩饭，此类的标题可谓是五花八门。但是，如果您直接说“禁

止剩饭”，未必能达到想要的宣传效果。那么，可以参考如下图所示的方式。

剩下的是剩饭，流出的是血汗

3. 关于“禁止使用健身器材”标题语

当您想提醒“禁止使用健身器材”时，如果直接用此标题来进行标示，不一定好理解。这个时候可以换一种表达方式，可能就会达到的目的了，如下图所示的标题。

为了您的安全，不要碰它好吗?

4. 关于“禁止吸烟”标题语

经常能在各种场所看到“禁止吸烟”的标题，如果把此类标题，不以这种生硬的语言，而是换一种语言风格来表达，效果也许也会不错，例如用下图所示的标题。

身体和烟，哪个重要?

很多传统的企业网站往往采取的都会是一些很正式的、框架式的介绍，中华语言博大精深，如果在搜索引擎优化过程中，能够非常好地应用标题，采用转换标题形式的方式，那么它为网站所带来的东西，将是不可估量的。

5.3.2　让内容建设更简洁

能够做到“长话短说”是技术，也是一门艺术。如果一个人说话罗哩罗嗦，相信很少有人能接受。同样地，对于内容建设，很多繁琐的修饰（甚至是不必要的修饰），如果能及时给予发现并且去除掉，相信网站流量一定会有所提升的。

通过有关网站导航中的文字，来进一步了解内容建设简洁的相关技巧。如下图所示的两个导航条，同样都是想表达相关的内容，甚至分类都是一样的，仅仅做了些小调整，哪个更加简洁，就一目了然了。



5.3.3 内容要浅显易懂

如果想要更多的人能够清楚地懂得网站展示的内容，那么，在进行内容建设过程中，要尽最大地可能将内容做到浅显易懂。否则，必定会失去专家级及普通级用户。

我们以导航的文字为例，如下图所示的两个导航条，同样都是关于体育分类的，甚至文字都是一样的，仅仅因为编排进行了调整，哪个更加的适用，应该一看便知。



5.4 案例 3——内容结构优化的三种方法

上一节我们学习了内容形式优化的三个方法，接下来考虑怎样才能把内容结构优化做好、做扎实呢？本节通过以下几个小节来进行具体地分析与介绍。

5.4.1 段落不要太长

当进行段落编排时，一定要考虑在电脑前阅读文档时眼睛容易疲劳这个后果。如果文档都是超长的编排，相信用户只会采取关闭该站点的做法，作为文档浏览的结束。这些都是在进行搜索引擎优化时所需要考虑的一些客观存在的因素。

建议尽量采用短的段落，在网站的内容建设上，这样的方式比较合理一些。如果内容的要点清晰，两三句话就足以构成一个段落布局，这样的编排不容易让人放弃阅读。如下图所示，是一

个段落的不同编排的例子，读者体会一下。

那天晚上我睡得很香，所以第二天也不再晕船了，精神也为之一爽。望着前天还奔腾咆哮的大海，一下子竟这么平静柔和，真是令人感到不可思议。那位引诱我上船的朋友唯恐我真的下定决心不再航海，就过来看我。“喂，鲍勃，”他拍拍我的肩膀说，“你现在觉得怎样？我说，那天晚上吹起一点微风，一定把你吓坏了吧？”“你说那是一点微风？”我说，“那是一场可怕的风暴啊！”“风暴？你这傻瓜，”他回答说，“你把那也叫风暴？那算得了什么！只要船稳固，海面宽阔，像这样的一点风我们根本不放在眼里。当然，你初次出海，也难怪你，鲍勃。来吧，我们弄碗甜酒喝喝，把那些事统统忘掉吧！你看，天气多好啊！”我不想详细叙述这段伤心事。
简单一句话，我们因循一般水手的生活方式，调制了甜酒，我被灌得酩酊大醉。那天晚上，我尽情喝酒胡闹，把对自己过去行为的忏悔与反省，以及对未来下的决心，统统丢到九霄云外去了。简而言之，风暴一过，大海又平静如镜，我头脑里纷乱的思绪也随之一扫而光，怕被大海吞没的恐惧也消失殆尽，我热衷航海的愿望又重新涌上心头。我把自己在危难中下的决心和发的誓言一概丢之脑后。有时，我也发现，那些忏悔和决心也不时地会回到脑海里来。但我却竭力摆脱它们，并使自己振作起来，就好像自己要从某种坏情绪中振作起来似的。因此，我就和水手们一起照旧喝酒胡闹。不久，我就控制了自己的冲动，不让那些正经的念头死灰复燃。不到五六天，我就像那些想摆脱良心谴责的年轻人那样，完全战胜了良心。为此，我必定会遭受新的灾难。上帝见我不思悔改，就决定毫不宽恕地惩罚我，并且，这完全是我自作自受，无可推诿。既然我自己没有把平安渡过第一次灾难看作是上帝对我的拯救，下一次大祸临头就会变本加厉；那时，就连船上那些最凶残阴险、最胆大包天的水手，也都要害怕，都要求饶。

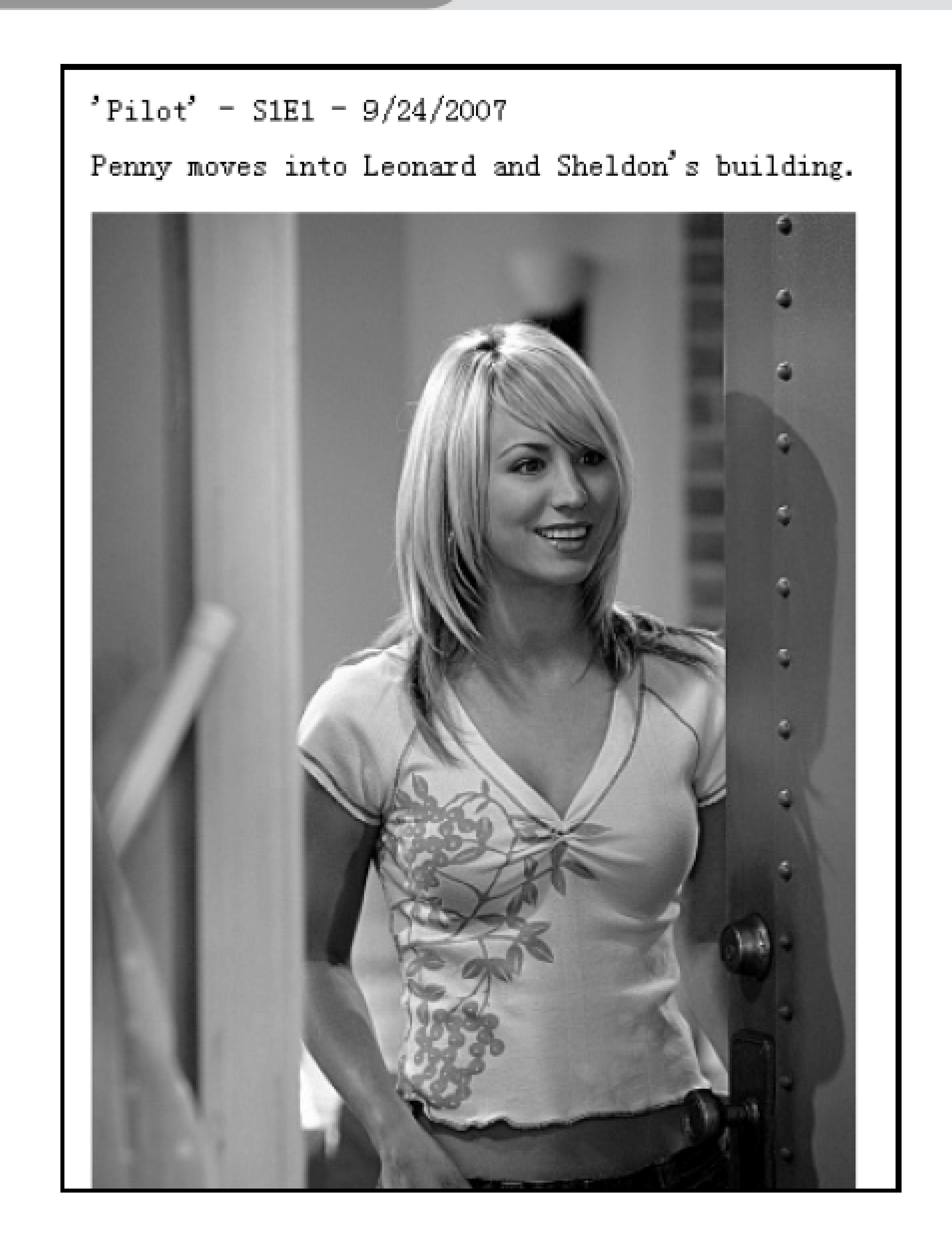
当星期五向那批逃到独木舟上的野人开火时，我拔出刀子，把那可怜的家伙身上捆着的菖蒲草割断，把他的手脚松了绑，然后把他从地上扶起来。我用葡萄牙话问他是什么人。
他用拉丁话回答说："基督徒。"他已疲惫不堪，浑身瘫软，几乎站都站不起来，甚至连话都说不出来。我从口袋里拿出那瓶酒，作手势叫他喝一点。他马上喝了几口。我又给了他一块面包，他也吃了下去。于是我又问他是哪个国家的人，他说："西班牙人。"这时，他精神已稍稍有些恢复，便做出各种手势，表示他对我救他的命如何如何感激。"先生，"我把我所能讲的西班牙语通通搬了出来，"这些我们回头再说吧。

5.4.2　多用小标题

在电脑前看东西时，经常习惯一扫而过，因为这个习惯的存在，在进行搜索引擎优化时，建议多用小标题，以达到吸引注意力的目的。但这仅限于内容较长，有必要提炼要点内容进行排版时采用。

在网页中，使用<h>标签就知道搜索引擎标题在什么位置。标题<h1>/<h2>/<h3>等依次显示直到<h6>，这 6 种不同级标的标题，可以算是网页制作过程中用来突出小标题的主要方式。<h1>用来装饰网页的主标题，<h2>表示一个段落的标题，而<h3>表示段落中的小节标题，依次逐级往下进行层次递减。同时，这种方式也是对<h>标签的一个较为合理的使用方式。

如下图所示的效果，是网页中经常会用的一种方式。这是一种对于小标题的使用比较受欢迎的方式。在进行搜索引擎优化过程中，可以用来借鉴和使用，力求使得自己的网站在标题优化上有一个更深层次的突破。



5.4.3 多罗列要点

网站的主题内容，在其中所涵盖的要点，往往都是需要分别进行介绍的。遇到这种情况时，不妨采用列表的形式，将要点进行罗列，然后再介绍要点中的内容。它可以用来优化文章的布局，以及相关内容。

如下图所示，是罗列要点内容的网站标题。



或者如下图所罗列的要点，将页面中的内容进行了条理清晰、重点突出、内容简洁地进行了索引。经常使用此类要点的罗列，是进行搜索引擎优化过程中的必杀技，只有多掌握这样的方式方法，才能在搜索引擎优化过程中脱颖而出。



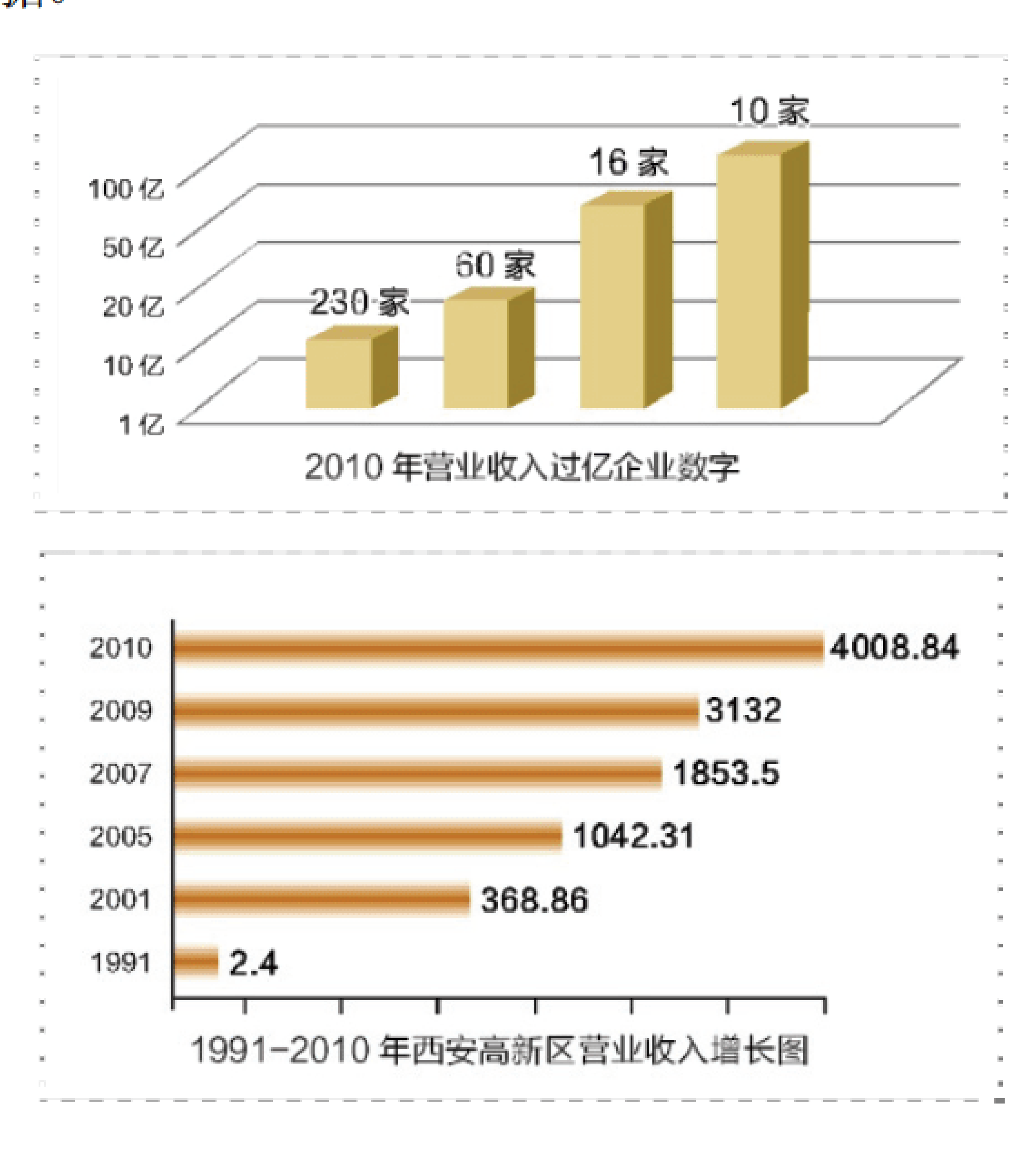
5.5 案例 4——表现形式优化的两种方法

表现形式优化的方法主要有两种，分别通过数字的说服力和善用富媒体来实现优化。下面将详细说明，力求通过这些内容掌握具体的优化方法。

5.5.1　数字的说服力

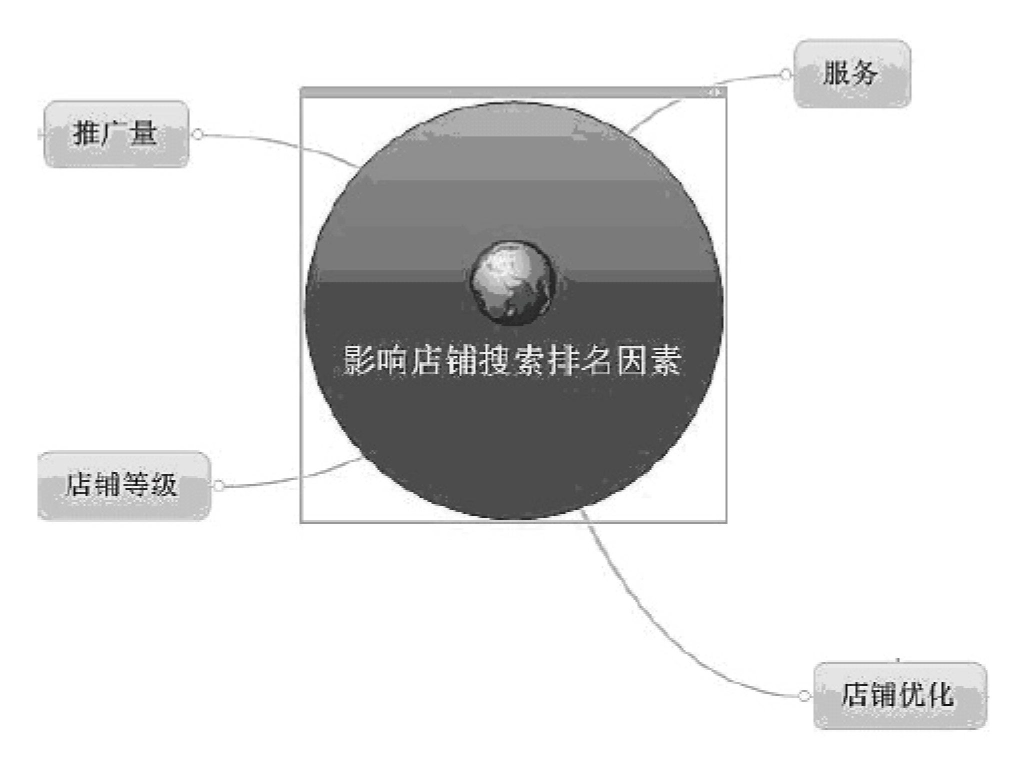
为了达到表现形式优化的理想状态，可以适当地运用数字的说服力。

在标题和正文中适当添加数字，其说服力就会大大地增加。图中的这些数据直观地表明 2010 年营业额过亿的企业数据。



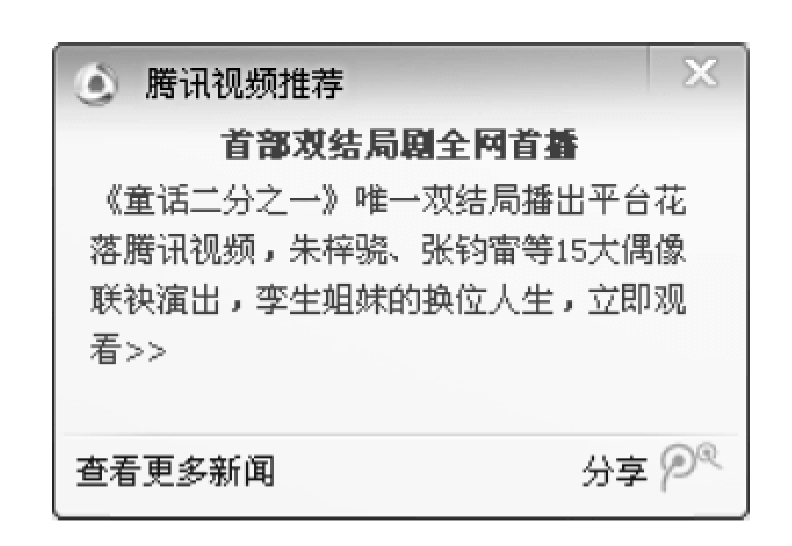
5.5.2 善用富媒体

读者是不是有这样一种感觉，当看文字的时候，希望它有声音，当声音出现后，又希望有画面对内容进行展示。这就是富媒体受欢迎的原因。分析影响店铺搜索排名因素，具体如下图所示，任何网站建设者，都可以采用文字、图片、动画、视频等富媒体的方式来进行网站内容的建设。

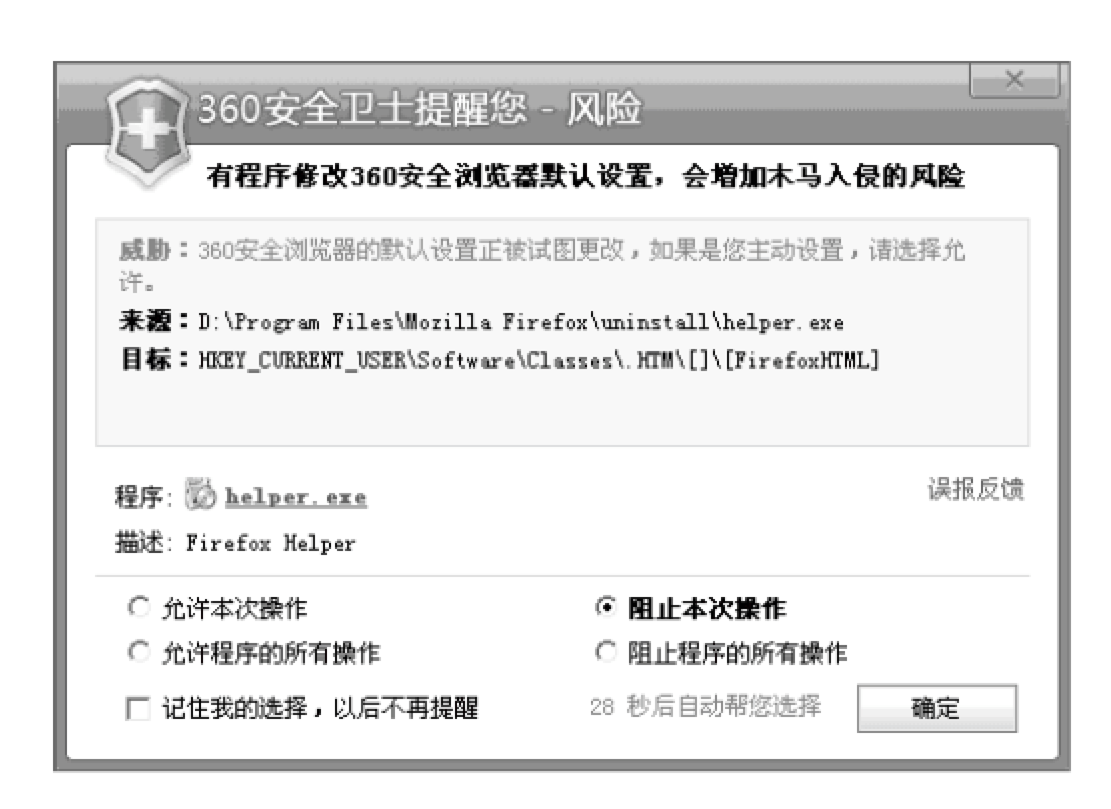


这里，通过一些富媒体的使用案例，来分析其具体应用。从而能在今后的搜索引擎优化过程中，更好地将其予以使用。

使用 QQ 的用户，经常会发现电脑右下角有如下图所示的界面弹出来，这是腾讯的一种营销方式。感兴趣的用户会去查看，这是由于用户对该类大小的窗口不反感，觉得它不是广告，所以很受关注。



360 以“免费策略”和“警告”方式，吸引了很大一部分用户使用其产品。如下图所示的页面。



5.6 案例 5——“亿赐客”网站的主题优化

前面几节的内容中，分别介绍了内容优化的相关知识。接下来，通过综合实例的运用，来了解网站优化过程中，内容优化的相关操作及其技术。

为了使得实例更加地清楚明白，这里选择“亿赐客”网站进行说明，如下图所示。



购物类网站往往有其产品的偏向性，但是这种比较类购物网站，在对关键词进行布局时会是一项比较困难的工作，因为它基本上没有核心关键词。如果您细心搜索，会发现此网站是从“亿枝客”改名，然后进行调整而来的。

1. 首页 title

这里通过“亿枝客”和“亿赐客”的不同首页的 title 来查看有关优化及其改进的内容。如下图所示是未改名之前的首页。



网上购物网站谁最好？问网购专家-亿枝客比较购物搜索网

如下图所示是改名之后的，如果能从这两个 title 中发现为什么要给标签进行这样命名，那么 SEO 技术也就学到家了。



2. 分类页面

可以肯定，人工写的 title 所覆盖的关键词比程序生成的更准确，覆盖面更大。别人没做的，如果有人花些时间去做了，就会看出不同。如下图所示是“亿枝客”的分类页面标题。



下图所示是“亿赐客”的分类页面标题，从中是否发现了不同，以及它们的不同的原因呢？这就是所谓的有比较才会有进步，网站也是在这样不断地操作过程中完成、实现其自身发展所需要的各项改进的。



总结此网站，有以下要点可以作为以后网站优化执行过程中借鉴和参考。

- 标题中文字，在搜索结果显示是完整的，没有被截断的现象。
- 通过关键词工具查询，标题中涵盖搜索次数较多的词。
- 标题符合简洁明了的规则，同时标题把品牌名称，也就是网站的名称给包含在内了，这是非常值得学习的。

第 6 章

优化网站页面的技巧

网络浏览者最终是为了浏览网页的内容，所以对有网络营销来说，网页页面内容是非常重要的。为此，本章开始讲述如何优化网页页面的内容，包括优化网站的导航、网页内容的优化、兼顾 SEO 与用户体验、优化专题页面的技巧、优化网页不友好元素和优化网站页面中的产品页等。

6.1 优化网站的导航

网站有一个清晰明了的导航结构，无论是对用户还是搜索引擎都十分重要。用户可以通过优良的站点导航系统快速便捷地找到他们所需的信息，而搜索引擎则可以通过合理的导航对网站的页面进行高效索引。导航的设计原则以纯文本链接形式为最佳，同时也应在导航链接锚文本描述中部署核心关键词。

下面介绍以下大多数网站中不可或缺的导航种类。

1. 栏目导航

栏目导航展示网站的栏目设置情况，单击相应的链接可以抵达项目的栏目专题页面。该导航为网站中最重要的导航设置，一般位于网页头部或者头部下方的左右侧位置。如下图所示为“一听音乐网”的主页，其中导航栏部分展示了网站的栏目专题。



2. 辅助导航

辅助导航处于每个页面的页眉或者页脚的位置，用来链接网站中一些重要的信息。例如网站首页、关于我们、联系信息、隐私条款等，如下图所示。



3. 历史导航

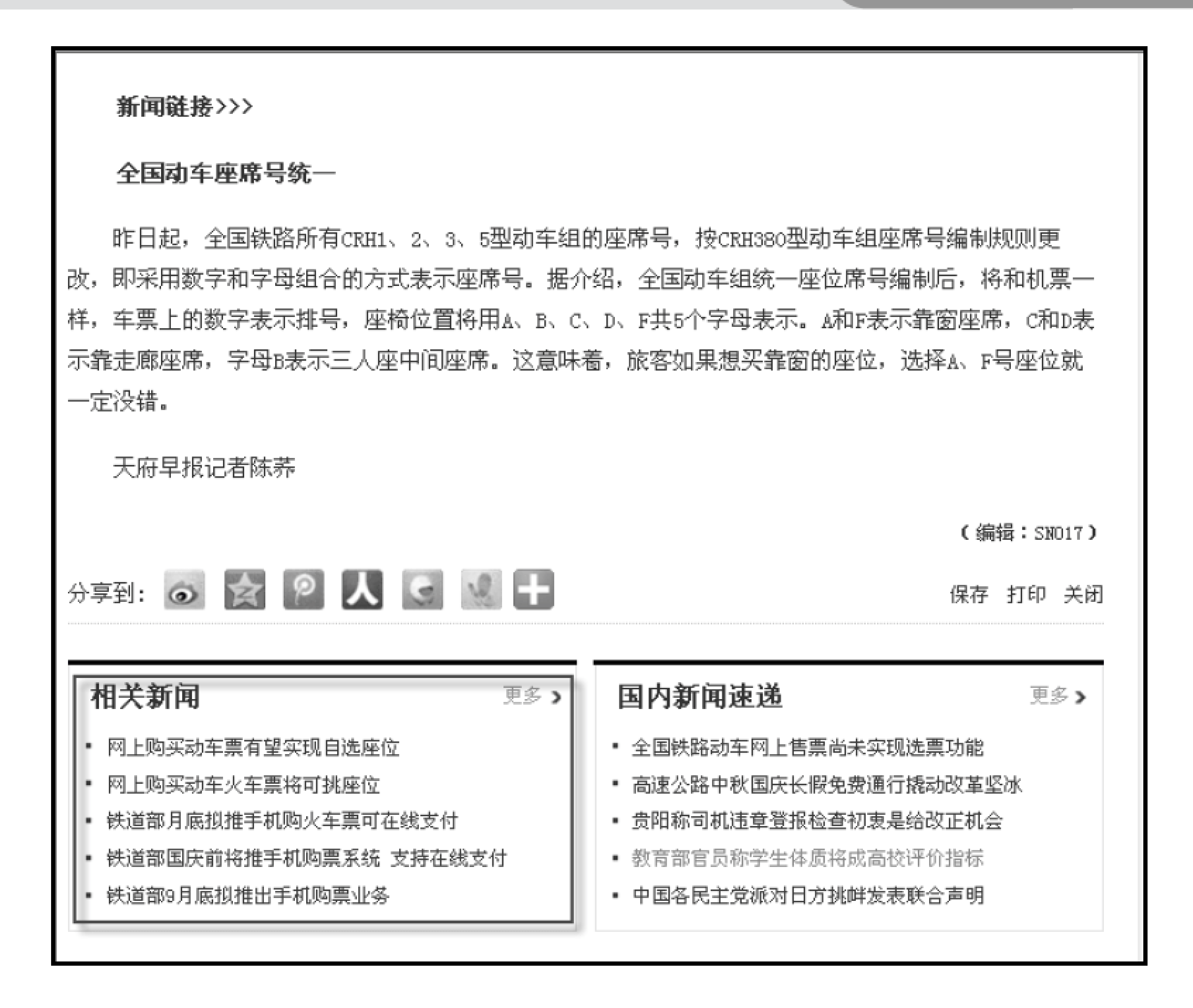
历史导航也被称为面包屑导航，它准确地告诉访问者目前在网站的哪一个目录下，建议采用 HTML 文本来制作网站地图为最佳，因为搜索引擎对纯文本链接的识别度最高。

历史导航说明网站的目录分类结构。通常是由一个首页链接开始，到浏览者当前所在部分结束。例如下图所示的历史导航为“当前位置：中医频道 > 疾病护理> 饮食有方> 正文”。



4. 相关导航

当访问者在网站上阅读某一篇文章时，网页的下方常常会提供“相关文章”的链接，通常是与该文处在相同栏目里的一些文章。也有的网站还会提供与其相同或相似主题的网站链接。例如下图所示的相关新闻就是相关导航的类型。



新闻链接>>>

全国动车座席号统一

昨日起，全国铁路所有CRH1、2、3、5型动车组的座席号，按CRH380型动车组座席号编制规则更改，即采用数字和字母组合的方式表示座席号。据介绍，全国动车组统一座位席号编制后，将和机票一样，车票上的数字表示排号，座椅位置将用A、B、C、D、F共5个字母表示。A和F表示靠窗座席，C和D表示靠走廊座席，字母B表示三人座中间座席。这意味着，旅客如果想买靠窗的座位，选择A、F号座位就一定没错。

天府早报记者陈荞

（编辑：SN017）

分享到：　　保存　打印　关闭

相关新闻　更多

- 网上购买动车票有望实现自选座位
- 网上购买动车火车票将可挑座位
- 铁道部月底拟推手机购火车票可在线支付
- 铁道部国庆前将推手机购票系统 支持在线支付
- 铁道部9月底拟推出手机购票业务

国内新闻速递　更多

- 全国铁路动车网上售票尚未实现选票功能
- 高速公路中秋国庆长假免费通行撬动改革坚冰
- 贵阳称司机违章登报检查初衷是给改正机会
- 教育部官员称学生体质将成高校评价指标
- 中国各民主党派对日方挑衅发表联合声明

5. 网站地图

它是为了方便浏览者对网站所有的资源和服务有一个整体的了解而设置的。当然，从 SEO 的角度来看，一个站点建立网站地图是为了方便搜索引擎对站点的重要网页进行索引。网页设计师一般会采用 HTML 文本、JPEG 或 GIF 静态图片、Flash 动画等形式来设计网站导航。例如下图所示的网站地图。



6.2 案例 1——网页内容的优化

网站由一个个不同类型的页面构成。每一个页面都分担着不同的工作，例如，首页导航条，有导航的功能。栏目页的内容跟首页是不一样的。然后，列表页又有着不同的形式。下面分别通过对不同功能页面构成的介绍，来认识一些重要的页面。

6.2.1 优化首页的内容

一般情况下，网站的首页权重是最高的，因此在对内容进行编排操作时，首页的内容尤其需要重视。接下来将讨论在首页中放什么内容才比较合适，以及网站首页应该遵循的原则等相关内容。

1. 放置网站首页内容的几点原则

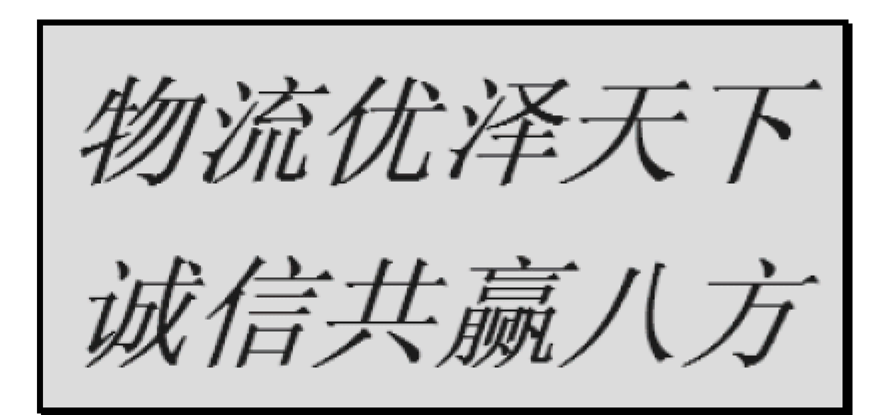
在对网站首页的内容进行前期规则、编排、制作过程中，重点需要从以下几方面来把关。这样所设计制作的首页内容必定也是符合搜索引擎的。

（1）网站的特色与优势

当用户单击进入网站后，如果能马上通过首页将“这是什么网站？”、“它是做什么的？”、“有什么吸引我继续看下去？”这些问题非常直观、准确地展现在用户面前，那么也就能最大程度吸引住网站的目标群体了。

关于网站的优势和特点，只要能吸引住浏览者即可，不一定每条每个内容都列得非常详细具体。例如：

① 一句简洁清晰的宣传口号、所获荣誉、认证等，就足以使网站脱颖而出。如下图所示是网址为 www.56u88.com 物流网站的宣传标语。



为什么宣传标语如此设计，分析原因，主要有以下几点：

- 该宣传标语“物流”两个字是 56 的谐音，优泽的“优”是 U 的谐音，共赢八方的“八”是 88 的谐音，这是在读音上与网站的网址取得一致。
- 公司标语寓意要求涵盖网站的经营宗旨，这个标语强调该网站的经营宗旨将用优质的服务惠泽客户，并以诚信为本的经营理念与所有来该网站的企业客户共缔双赢。

② 成功签单的大笔合同、体现实力的新闻与媒体报道、知名的客户等等也是您网站增加流量

的手段。

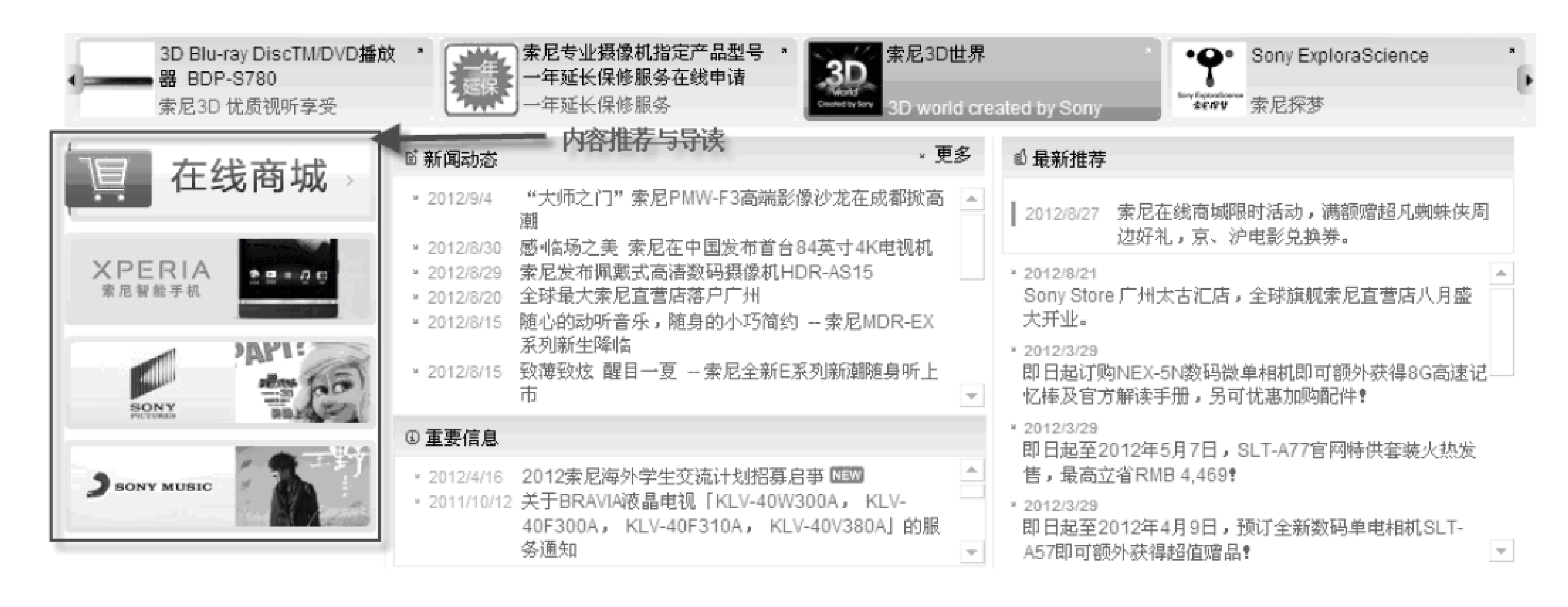
例如，下图所示的是佳能官方网站的首页内容，这些内容无不展示着企业自身的实力。当然，这些内容所能带来的流量也必然是可观的。



（2）内容的推荐与导读

关于内容的推荐与导读，意思是指要通过首页的内容告诉浏览者，“在这个网站能看到什么内容？”、“能在这个网站做些什么？”等相关内容。

例如，网站将一部分内容提出来放到首页，这个作用跟杂志所罗列的标题作用是一样的，通过直观地形式告诉读者那些具有吸引力的内容，最终达到吸引人的目的与效果。以 SONY 公司的网站为例，如下图所示，图中所框选的区域，以客观、形象的形式展示了网站推荐内容，同时它也可以代替部分导航条的内容。



（3）网站的最新更新

当用户关注网站时，也会去关注该网站最新更新的内容，因为很多用户会通过更新这些信息的及时性及价值取向来判断这个网站的价值，作为下一次是不是再来访问的一个标准。

例如，针对对网站的老用户在网站首页有最近更新的内容，最好显示更新的时间，那样做不

但增加用户对网站的信任度，同时也是用户下一次再来的吸引点。

这里以现在人气正旺的微博为例，在微博有一块区域，是用来罗列那些受关注的、热门的话题，如下图所示。这样的内容对于整个页面有着非常重要的意义，但是要注意一点，那就是得及时更新，新浪微博采用的是“24 小时热门微博”方式。



（4）快捷方式

很多时候，用户去网站，是为了浏览记忆中以前看到过的那一些内容，比如浏览者没记住公司的联系方式，或者想查看某一产品的具体信息等。考虑到这些因素，在进行页面编排时，建议将这样的内容，在首页中予以显示。避免为了这些内容，在去查看网站的二、三级页面，而使得浏览者因为没有耐心而失去这样的潜在客户。

例如“搜索”、“联系电话”等这些内容，一定放要在首页的合理位置，提供这样的快捷访问方式将带来优化想要的效果。如下图所示，类似的搜索框功能，建议在网站制作过程中添加上。



2. 网站首页应放内容

网站首页应该放些什么内容，什么样的内容才能吸引“蜘蛛”，总之搜索引擎想要的才是优化的过程中在首页中应该放的内容。下面分别从几方面来介绍在网站首页中应该放什么内容，才能符合 SEO 优化的要求。

（1）内容上应该注意的内容

关于网站首页应该放什么内容，这里针对内容上应该注意的事项，给出如下建议。

①网站内容类别和特点突出

放在首页的内容，要有使人一眼就可以看出这个网站的内容类别和特点的那种效果，如下图所示为 Google 网站首页，作为搜索引擎，它的首页值得借鉴与参考。



②放置经常更新的内容

放在首页的内容，因为它是搜索引擎的蜘蛛进入网站、抓取网站所占机会最大的，所以，为了使最新的内容页面有更大的机会被收录，一定不要放那些不经常更新的内容。不要把常年没有更新的内容放在首页上。

③放置用户会看的会用的内容

放在首页的内容，一定是要那些用户想要看的、会用到的内容。

④网站导航功能

在网站的首页，导航功能一定要放上去。因为网站导航有方便用户获取信息、提高用户体验的作用。同时也可以让人一眼看上去就知道这个网站大体的栏目结构。

⑤去除没有必要的内容

没有内容，宁可空着也不要为了页面添加一些没有必要的东西，“画蛇添足”的效果只会适得其反。

⑥对于信息类网站

针对信息类网站，在内容操作上，对于最近更新的内容和主要推荐的内容，一定要让浏览者在第一屏可以看到。

（2）针对不同类型的网站

网站首页应该放什么内容？这个与网站的不同类型有很大的关系。下面分别针对个人网站、企业网站、门户网站和 Web 网站这几种不同类型的网站进行介绍。

①个人网站

对于个人网站，在首页内容中，主要突出简洁和个性化的理念。具体做到页面内容简洁，内容个性。这里的个性，是指内容突出个人的特性，比如版主是一位喜爱运动的网友，那么在个人网站中可以放一些关于运动方面的内容。

②普通企业网站

对于企业网站，重点要体现出品牌特色、企业竞争力描述、特色产品和服务、方便的联系方式、产品结构和介绍等等。因为企业网站主要目的在于将企业的理念以及企业的产品，通过网站告诉每一位用户。

③中小门户网站

因为是门户网站，内容自然不会少。为了精简页面内容，那种花哨的网站 BANNER 建议不要放。也许这样页面会缺少吸引力，但是作为门户类网站需要以大信息量来获得更多的浏览者，尽量多放用户关心的热点内容就可以了。

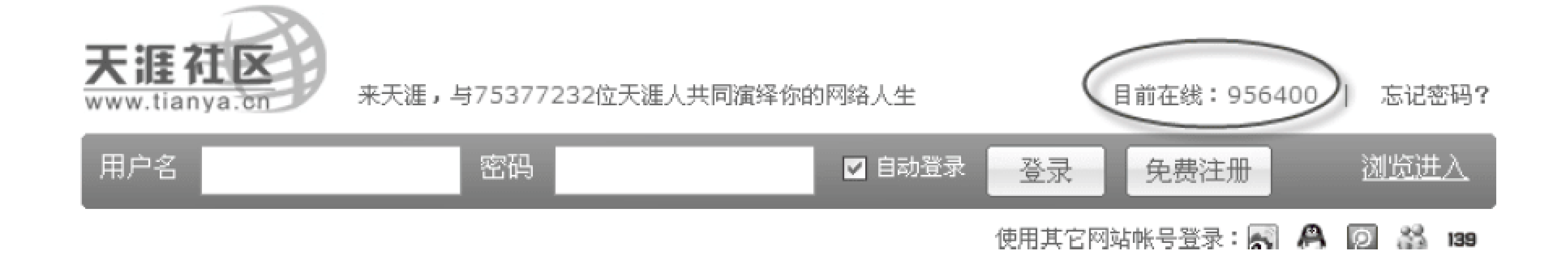
④大型门户

关于大型门户网站，已经有很多做得不错的网站可供学习。那么，到底应该学习新浪、搜狐、还是网易？仁者见仁，智者见智。这个全凭个人的需求，当然如果您可以做出一个集新浪、搜狐、网易优点于一身的大型门户网站自然最好，个人觉得那基本是不可能实现的。

⑤Web 2.0 的网站

如何把 Web 2.0 的互动性和网站内容有机结合，在现有的网站制作程序中，都加入了 Digg 的功能，这加强了网站新闻评论的功能、社区功能、博客功能，同时，还为部分企业营销型网站提供了在线客服的主动服务功能。

例如，如下图所示的“天涯”网站为什么能有很高的人气，很大程度取决于该网站的互动性非常好。网站中“目前在线”这一栏，是访问人气的信息展示。



6.2.2 优化栏目页的内容

完成了关于首页内容构成工作之后，栏目页的内容构成编排就相对会变得很容易。

1. 网站栏目页的设计方向

关于栏目页的设计方向，分别从发展、设计、优化这三个方向来进行介绍。

（1）发展方向

关于发展方向，要根据栏目的定位来开展相关工作。例如，栏目页以专栏的形式存在，那么发展方向就往“专栏”方向去考虑。如果栏目页作为产品的展示栏，用来综合产品信息的目的，那么发展方向就往网站的整体方向去考虑。

（2）设计方向

关于设计方向，主要一点是要牢牢把握关键词的定位，根据确立的关键词，将设计方向沿着

该关键词的扩展来着手进行。

（3）优化方向

关于优化方向，不同类型的站点优化方向是有区别的。例如，企业型站点，栏目里的长尾关键词的应用要把握到位，因为它影响网站的后续发展。如果站点属于门户类站点，建议将优化方向上升到首页的优化上来。

2. 网站栏目页的优化方案

关于栏目页的优化方案，分别从头部、页面、站内链接、友情链接这几块内容来进行介绍。

（1）网站头部设计

网站的头部，可包括关键词、标题、以及相关描述等内容。如果从网站浏览者的角度去考虑，在设计过程中，可以只做精准的标题，让搜索引擎自动抓取，然后自动予以展示即可。

（2）页面设计

页面的设计，一定要达到图文、声色并茂的效果，其次内容最好是原创的。如果有视频内容，一定要播放流畅。还可以添加一些分享类的插件等。通过这些手段，页面内容也就能丰富起来了。

（3）站内链接控制

站内的链接控制，建议大家可以参考百度百科的链接布置。

（4）友情链接控制

关于友情链接，在控制好链接个数的前提下，可以链接相关的网站。为什么要控制链接个数呢？因为对于友情链接过多的站点，会有涉及网站被降权的风险。

3. 网站栏目页的结构设计

关于栏目页的结构设计，分别从单页面和门户类栏目这两种形式的设计来进行介绍。具体内容如下：

（1）单页面设计

在进行单页面设计时，可以这样做，突出主要内容，关联相关页面。在设计方式上可以采用两栏一栏为主、一栏为辅。

（2）门户类栏目

关于门户类栏目，建议和主页风格一致。然后，通过设计不同的模板，来实现结构设计。

6.2.3　内容页的构成

内容页和首页是同样重要的。在对内容页进行设计时，要将其提升到首页的高度上来。例如，下图所示是“凌极软件”的一个内容页，通过简单的登录内容，实现了“在线服务”这一内容页的设计。



内容页的构成可以有多种形式。例如，下图所示是 LIANGBO 网站的产品展示的内容页。通过简单的标题，以及产品的图片构成了内容页。



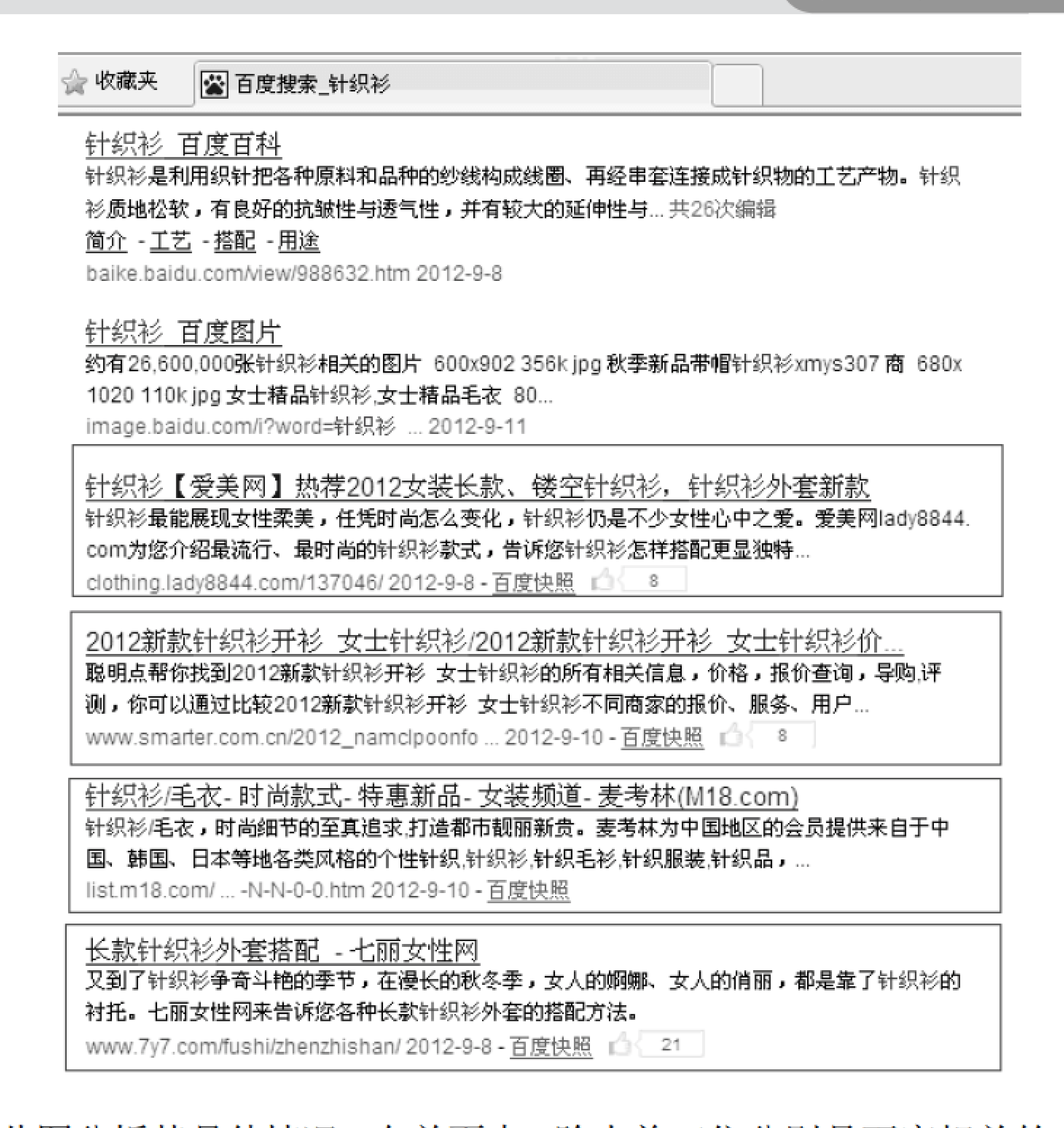
总之，可以发挥想像力丰富内容页的形式，但是千万要记得将需要展示的内容以合适的方式在网站的适当位置进行合理摆放。

6.2.4　列表页的构成

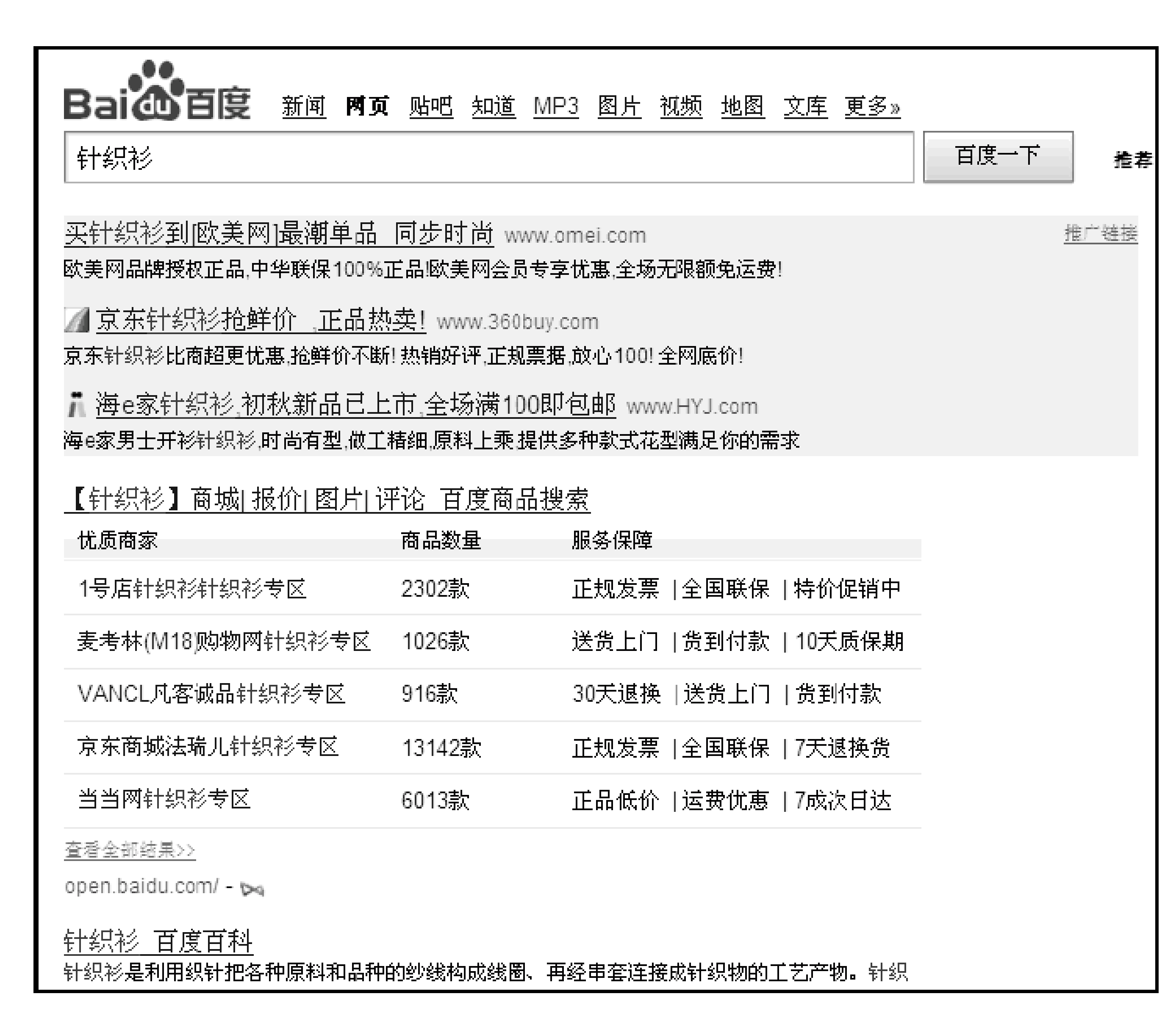
首页和内容页的优化很重要，其实列表页的优化同样重要。针对列表页的构成，在这一部分内容中，通过一简单列表页内容优化的实例分析来对其相关内容进行了解。

1. 列表页内容优化的成功案例

经过 SEO 内容优化的列表页面在争抢排名上具有优势。我们通过如下图所示的百度搜索引擎中关键词“针织衫”的排名，来了解其具体情况。



下面，通过此图分析其具体情况。在首页中，除去前三位分别是百度相关的内容外，第 4、5、6、7 位分别是爱美网等网站的列表页。进一步分析该关键词，我们可以发现，付费的推广链接有很多，如下图所示，相关的收录页面数达 8 千多万之多，可见此关键词的价值非常高。在竞争如此激烈的关键词之中，击败门户站、电商站等有财有势的对手，可想而知是多么的不容易。但是，这些网站做到了，用以列表页面做为登录页，在搜索结果的第一页中，占据了与百度有关的页面之外的其他位置。



2. 为什么列表页要做 SEO 内容优化

在了解了列表页在争抢排名上其所占有的优势后，是不是对列表页做了内容优化后为什么效果那么好感到好奇呢？下面就来分析其中的原因。

（1）作为登录页有优势

作为登录页，列表页是有优势的，因为列表页相比内容页权重更高。同时，与内容页比较，列表页在站内获得的导入链接更多。这样如果选择用列表页优化竞争度比较大的词，也就会有着更多把握了。

（2）列表页数量不足

列表页的使用有优势也有不足之处。列表页的数量通常就几十个，受到网站栏目数量的影响，难以达到更多页面数量。这是其不足之处，也是其使用受制约的一点。

（3）关键词密度不好

做列表页需要调取栏目里已有内容聚合形成的内容，然后才能成为列表页的内容。这会影响关键词密度的把握，很难在一个范围内准确概括。

（4）权重不如竞争对手的首页及频道页

因为搜索引擎有权重之分，如果是同一级别，内容页比列表页权重高。但是，当用列表页与首页或者频道页竞争时，就必输无疑了。

（5）用户体验不占优势

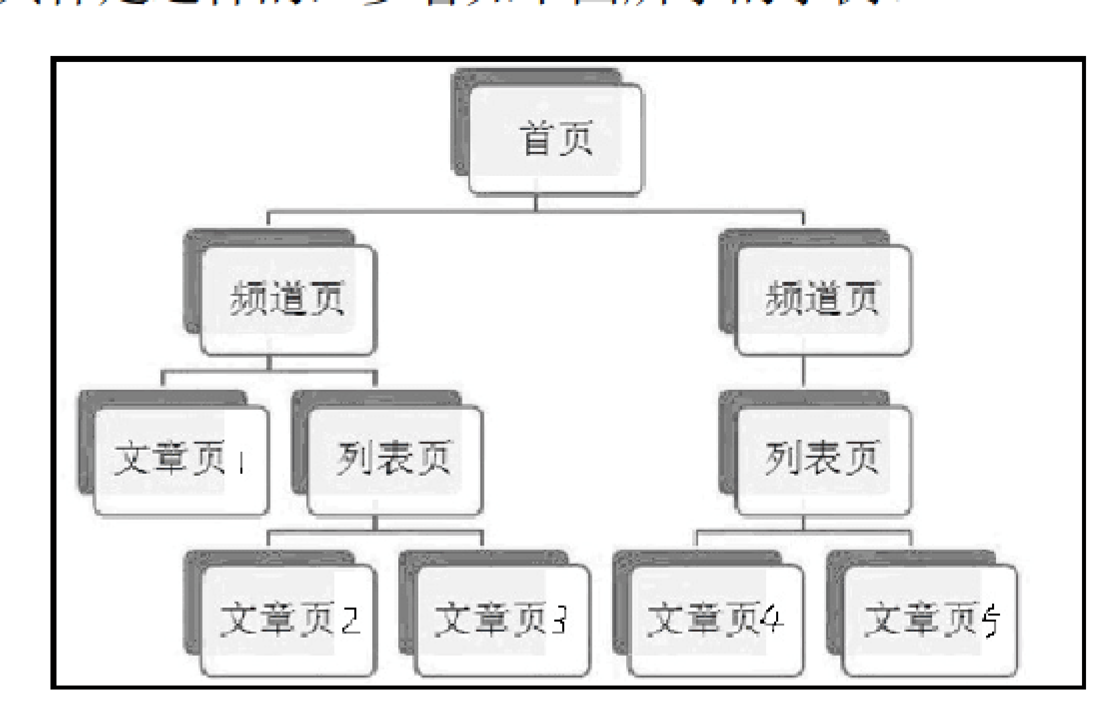
列表页属于二次搜索页面，访问此类页面是不能立即获得想要的结果的。这对于用户体验方面，是不占优势的，需要对列表进行相应的优化，才能够有效提升用户体验。

3. 列表页 SEO 内容优化的三大策略

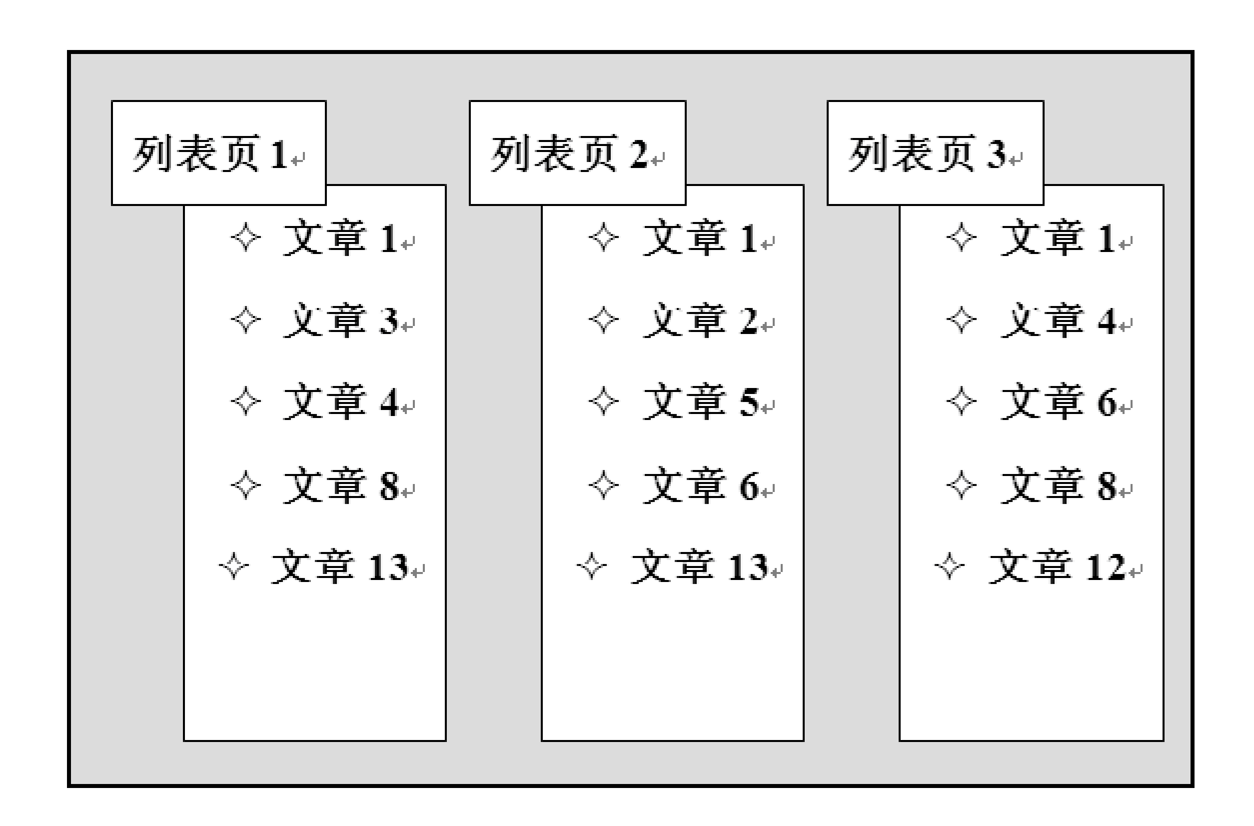
针对 SEO 中的不足之处，需要找出应对之策。

（1）以内容为依据聚合页面

分析几个搜索结果排名高的网站，搜索结果中的内容，是通过内容产生的列表页。将站点从线性结构升级为网状结构，这样所涉及的 SEO 结构优化所产生的列表页面，质量一定很高。关于线性结构与网状结构，具体是这样的，参看如下图所示的示例。



如下图所示是网状结构的示例。



（2）强大的标签系统

为了标示出文章的标题等内容中主要的关键词，常常采用为其添加标签的方法。强大的标签系统可为列表页带来流量，这也是列表页能够赢得排名的方式。因为标签本身属于文字链，然后通过站点内部的交叉链接，将关键页的权重给提升了。

例如，下图是“太平洋女性网”中的列表页内容截图，从该内容中可以发现，其中所添加的标签中，通过标签“针织衫”的位置足以证明标签的强大。

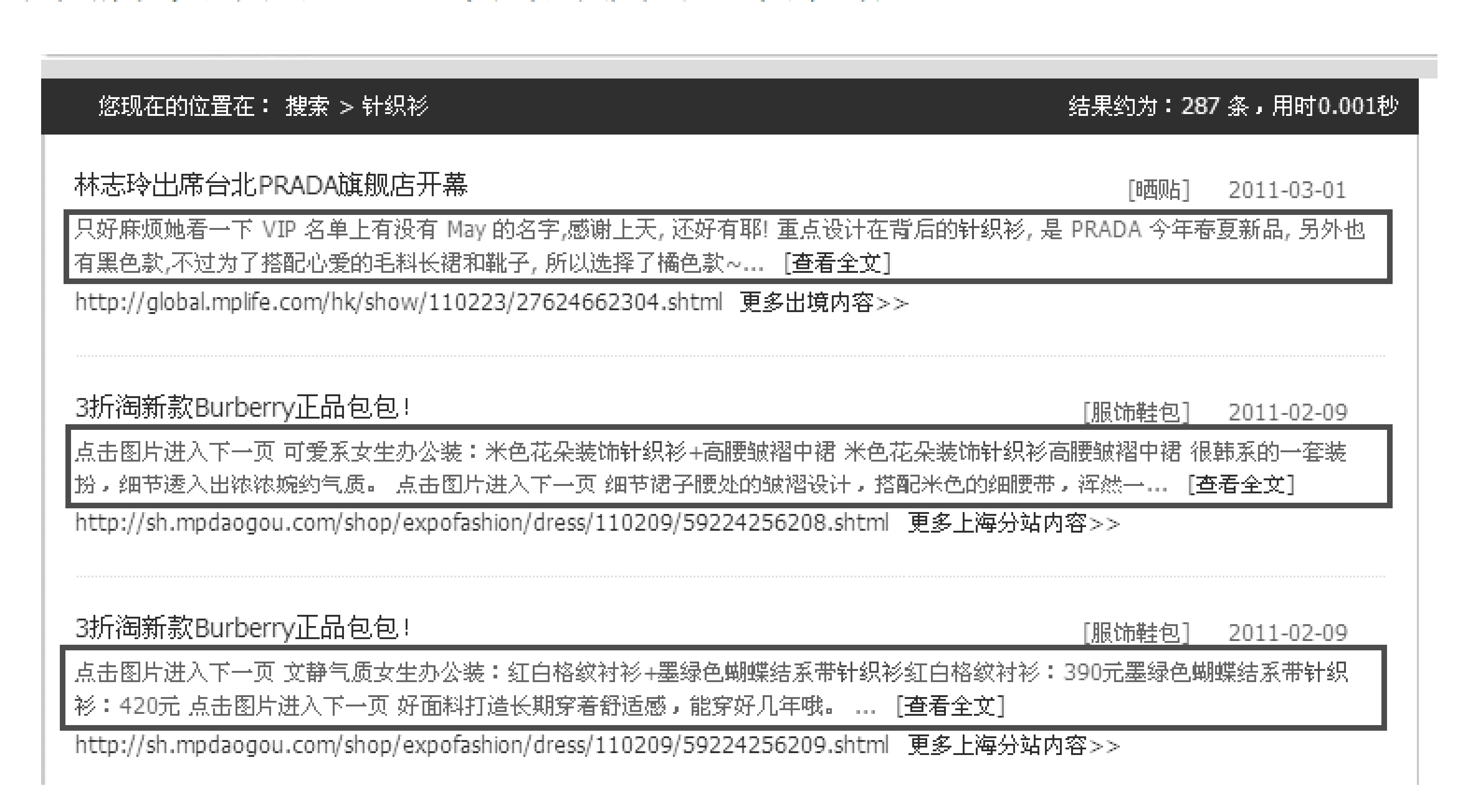


（3）提升关键词密度

在列表页首屏增加一段介绍文字，可起到提升关键词密度的作用。在以优化用户体验为条件的前提下，让列表页也更加地具有可读性。例如，下图所示的“爱美网”网站，采用的就是这个策略。



另外，还有一种方法。就是在文章的标题下，链接地址上方为每一篇文章添加导读性的文字内容。例如，下图所示的名品网，采用的就是这个策略。



通过对太平洋女性网、名品网、爱美网等这些网站相关策略应用的分析，可以发现，这些网站之所以能够通过列表页取得好的排名，都是因为在对网站的优化中采用了适当的方式方法，才能让网站在“网站的海洋”中脱颖而出。

6.3 案例 2——兼顾 SEO 与用户体验

在对单网页进行优化时，需要兼顾 SEO 与用户体验。为了实现这两者兼顾的目的，可以分别

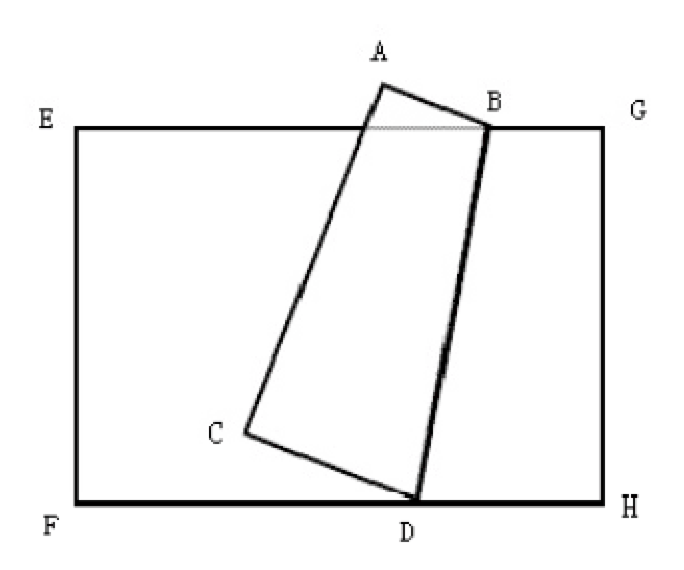
对页面的每一个区域进行优化。例如，优化导航区域、内容区域，为了体现用户体验的好效果，可以适当地设计一些互动的模块。本节针对兼顾 SEO 与用户体验的具体操作方法来进行介绍。

6.3.1　内容区域

对于内容区域，网站页面的构成一定要合理，这一点很重要。所谓小细节大优化。在内容区域方面的优化工作需要重视。

1. 竖状型翻页功能

为了体现便捷性，添加翻页功能是常用的方法。在内容区域添加竖状型翻页功能，如下图所示，这是一种优化的方法。



2. 为文章页设置“上一篇”和“下一篇”按钮

在浏览文章时因为受网站篇幅的限制，内容往往无法在一页完整展现。例如一个技术类的文章要分几篇进行讲解。此时，就非常有必要，考虑到添加篇幅的提示，以及翻篇的按钮。在内容区域添加“上一篇”、“下一篇”按钮就是个不错的办法。

如下图所示是在搜狐博客中进行内容浏览时，网站页面所给出关于此博文的“上一篇”、“下一篇”的相关文章页链接，值得我们借鉴。

我的搜狐　个人中心　我的展示　应用

二等奖5名，获奖者奖品为中狐狸一只；以及由人民东方出版传媒有限公司提供的《依然旧时明月》（作者：过宝常）1本；

三等奖10名，获奖者奖品为小狐狸一只；以及由人民东方出版传媒有限公司提供的《郦波评说千古爱情——五代前的那些爱》（作者：郦波）1本。

奖品由搜狐博客文学频道寄出，请将您的姓名，博客地址，昵称，联系电话，地址，私信给笔墨流年。

4.**时间安排**：

本次活动**投稿时间**为2012年9月15日到2012年10月24日24:00时，欢迎大家在此时间内到“文秀网”圈投稿。

公布结果时间为2012年10月24日。

分类：暂无分类

09月11日 10:13 来自我的搜狐 在博客中查看　阅读(46)　转发(8)　评论(14)

上一篇：极品阴阳师【第三十九章】　下一篇：八月之光【廿一】

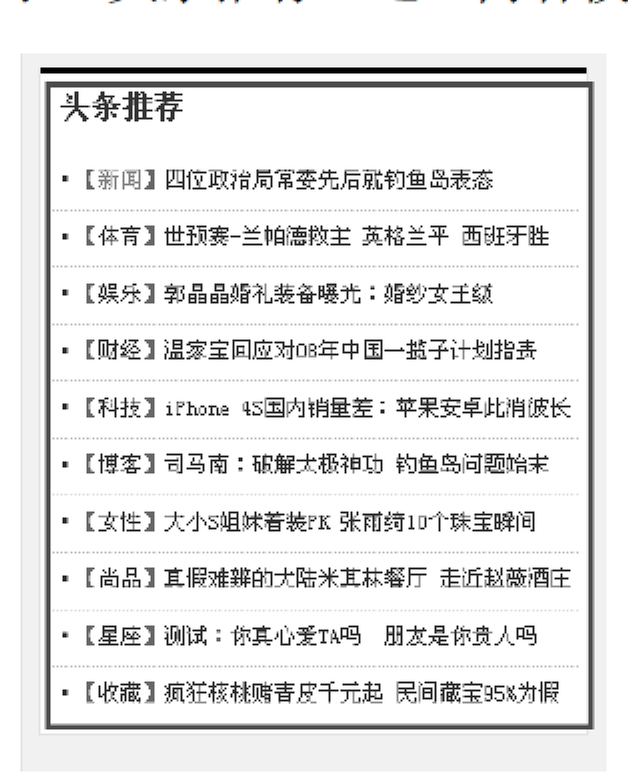
3. 应用关注度高文章的举荐功能

对于相关文章以及关注高的文章的内容页在适当区域予以罗列，是 SEO 的一种处理方法。例如下图所示是新浪网的一则新闻的内容页，在页面中就使用了“头条推荐”这一内容模块。



邱瑶给初二学生上数学课。

20岁就当上了高中老师，教的学生才比她小四五岁。去年，刚从大学毕业的90后女孩邱瑶，一走出校门就加入了岛城教师队伍，成为青岛15中一名数学老师。生于1991年的她脸圆圆的，还透着一股稚气。记者采访时了解到，这位年轻老师“恨铁不成钢”时也会哭鼻子。



头条推荐

- 【新闻】四位政治局常委先后就钓鱼岛表态
- 【体育】世预赛-兰帕德救主 英格兰平 西班牙胜
- 【娱乐】郭晶晶婚礼装备曝光：婚纱女王级
- 【财经】温家宝回应对08年中国一揽子计划指责
- 【科技】iPhone 4S国内销量差：苹果安卓此消彼长
- 【博客】司马南：破解太极神功 钓鱼岛问题始末
- 【女性】大小S姐妹着装PK 张雨绮10个珠宝瞬间
- 【尚品】真假难辨的大陆米其林餐厅 走近赵薇酒庄
- 【星座】测试：你真心爱TA吗 朋友是你贵人吗
- 【收藏】疯狂核桃赌害皮千元起 民间藏宝95%为假

4. 利用用户体验的功用项

可以通过互动机制来实现，比如，文章中的“评论”、“回复”等功能的添加，足以实现想要的优化效果。例如下图所示为文章的评论。

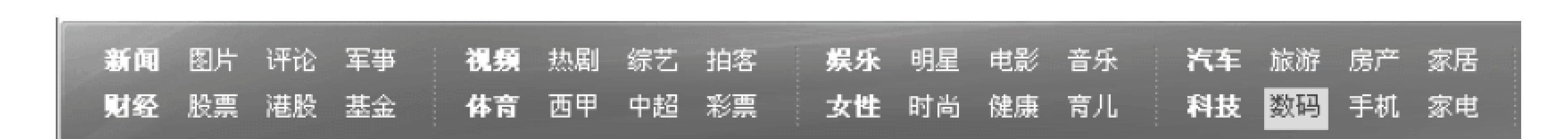


6.3.2 互动机制

经过观察发现，现在网站对互动的需求在日益增加。越来越多的网站，在功能模块中，添加了相应地与用户互动的内容。例如，在网站、微博、论坛中经常使用的“顶”、“踩”、“评论”等功能。下面对比较利于用户体验并且不会影响 SEO 优化的功能进行简单地介绍。

1. 导航跟随用户

所谓导航跟随用户，就是指让导航随着鼠标的移动而移动，这样的效果，现在很多的网站都在用，例如，腾讯首页的导航条，如下图所示，当鼠标移动到某个导航文字时，以不同的颜色给以显示。这样的设计，对于用户体验来说，是很“加分”的。

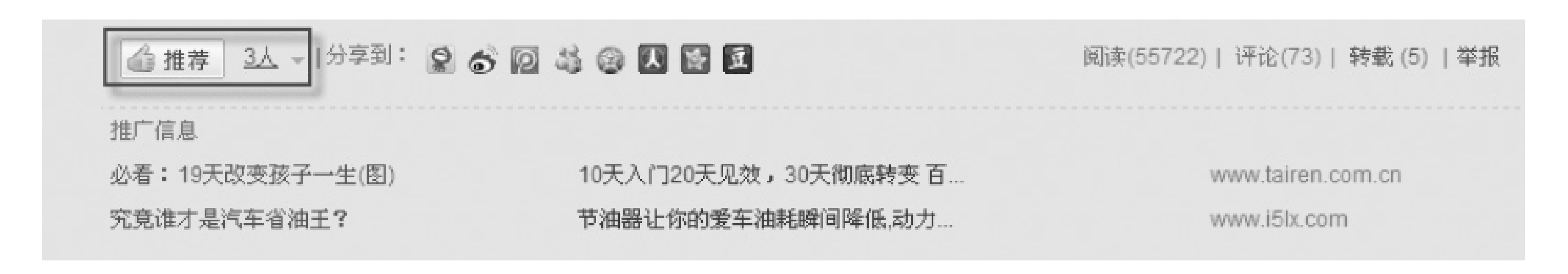


2. 文章“顶、踩”功能

对于文章内容，添加“顶”、“踩”的功能，这个功能可以让用户有参与感。适当地在网站文章中的合适位置添加此类功能，会给优化带来不错的效果。

3. 文章评论功能

与“顶”、“踩”功能类似，还有一类评论功能。如果“顶”、“踩”可以让用户有参与感，那么评论可以让用户有发表个人看法的机会。例如，网易博客的后面，就有一个“推荐”的功能，并且还列出了人数，如下图所示。



4. “返回顶部”功能

一键回到顶部功能，对于用户体验来说，是为了增加浏览过程中的便捷性。例如，在网易的论坛中，就有“返回顶部”的按钮，如下图所示。



5. “百度分享”功能

通过使用百度分享功能，根据网址 http://share.baidu.com/所给出的信息，可使用此功能。这里通过网页中介绍时，可对百度分享的效果有更多的了解，如下图所示，是“派代”使用百度分享功能前后的效果对比。



	安装前	安装后
按钮数量	2个	30个
分享回流比	无法统计	1:190
数据分析	无	有
收录速度	传统爬虫抓取	指引爬虫抓取

6. 排行榜栏目功能

有一个排行榜，可以更好地引导用户去浏览网站的相关产品，起到引领消费的作用。这里以亚马逊网站的“销售排行榜”为例，其效果如下图所示。分析其中的内容组成，是该网站列出的相关产品的排行榜。



6.3.3 代码优化

对代码的优化，这里主要介绍两个情况。一个是要做到布局简单清晰，代码精简。另一个是关于 JS、CSS 脚本调用的处理。

1. 布局简单清晰和代码精简

搜索引擎的发展越来越智能化了，页面大量的冗余代码是不可能让其“喜欢”的。这里建议布局向 DIV 转变的同时，要对 CSS 代码做精简。并且在布局时，一定要减少 DIV 嵌套。主要就是要符合百度官方发布的 Web 2.0 标准事项。

2. JS 和 CSS 脚本调用的处理

整合代码进行调用，是进行网站优化中重要的一步。为了利于蜘蛛爬行，在对网站静态化的过程中，所用到的 JavaScript 及 CSS 样式，不直接写在 HTML 里面，而是将其整理成相应的 JS、CSS 文件放在页面中引用较为合理。

6.3.4 URL 优化

动态的 URL 里面有太多的参数，对于收录没有什么太大的影响，但是对排名有影响。对网站的目录和栏目进行静态化处理过程中，在保证网站清晰、有层次的前提下，尽可能地将网站 URL 地址的长度进行缩减处理。

6.3.5 关键词布局与密度

关键词就像网站的血液，遍及网站每一个地方。将关键词布局的疏、密进行合理地安排，这就是关键词的密度。关键词布局与密度，如何兼顾 SEO 与用户体验呢？

1. 关键词的布局

关于关键词的布局，搜索引擎常常是通过网页的关键词密度或者关键词出现是否合理来评价网站。因此，要做到自然合理的出现才可以。

2. 用户体验布局

做用户体验的布局，简单概括，就是要给用户最想要的内容。例如，用户通过搜索产品来到网站，但是在首页中并没有找到相应的产品，这对用户体验是最不应该发生的事情。作为网站，一定要让用户知道网站是做什么的，然后对内容进行介绍。

6.3.6 导入与导出链接

下面对导入与导出链接的相关内容进行介绍。

1. 导入与导出链接概念

导入与导出链接，首先认识其相关概念。导出链接，指在不考虑其他的网站是否链接自己网站的条件下，自己的网站有指向其他网站的链接。而导入链接，则指其他网站有自己网站的链接。

2. 导入与导出链接优化

- 导入链接多，可以快速地增加网站的权重及关键词的排名。搜索引擎目录中的链接，是被搜索引擎所认可的，可以花时间和精力去获得这些链接，但前提是要与网站的主题相符。
- Google 对英文网站更偏向一点，大部分英文网站的 PR 值都大于中文的。
- 导出链接少的网站，与导出链接多的网站相比较，导出链接少的网站对本网站要有帮助得多。

6.4 优化专题页面的技巧

在这一节内容中，具体介绍有关优化专题页面的相关技巧。希望通过这些内容的学习，帮助读者提高对专题页面的优化技巧。主要介绍针对 SEO 的专题、页面标题、站内专题等局布页面部分的优化技巧。

6.4.1　针对 SEO 的专题制作及优化技巧

针对 SEO 专题制作及优化技巧，这里分别通过三方面内容来进行介绍。具体包括代码的优化和版块内容，以及内容挑选方面。

1. 代码优化

对于专题的优化，往往会将重点放在内容和美观两方面。但是为了美观，往往用使用高像素的图片、flash 以及 iframe 嵌套的手段来实现。可这些却恰恰不利于优化，因为不适合搜索引擎蜘蛛的抓取。但这些内容往往又是不可缺少的，建议将页面中的这些高级语言的使用文件，统一放置到对应的文件夹中，然后再统一调用。

2. 版块布局

CSS+DIV 是经常使用的布局方式，在进行布局时如果将每个块的标题放到图片里，那么搜索引擎蜘蛛是不可能读取这些标题的。需要注意，搜索引擎蜘蛛不会读图片，图片中的文字也是图片的一部分。

3. 内容挑选

关于内容挑选，可通过实例的形式来对操作进行了解。比如要制作一个世界杯的专题，每日赛程表是必须要有的，比赛战报、赛事看点、各方评论、精彩进球这些内容也需要有，这样内容基本也就确定了。要注意在确定顺序的时候，要将更新速度快的代码中的 div 顺序放在左上部分。同时，标题的撰写都要围绕整个专题的主要关键词来拓展长尾词，这样优化效果也就达到了。

关于内容放置的路径位置，要提醒大家注意。首先，就是网站中和专题内容相联系的终极页面，都要添加链接专题页的链接，并且链接文字要围绕主要关键词来撰写。然后，专题的路径不超过三层，如下图所示。

HTTP://域名/分类名/专题/

建议增加一个分类，然后直接用二层路径，如下图所示。

HTTP://域名/专题/

6.4.2　SEO 页面标题优化技巧

关于 SEO 页面标题的优化，要通过以下几方面来完成。

- 页面标题都应不同。
- 页面标题要与内容相关。

- 页面标题字数要限制。
- 标题简练通顺、不要堆积。
- 关键词应该出现在标题最前面。
- 吸引访问者单击。
- 组合两三个关键词。
- 加入公司或品牌名称。
- 连词符使用。
- 不要用没有意义的句子。
- 使用 noodp 标签。

noodp 标签放在 HTML 的 head 部分，代码如下图所示。

〈mate name= "googlebot" content= "noodp"〉

6.4.3　网站站内专题优化技巧

关于网站站内专题的优化，需要做好以下几点。

- 清晰的导航是网站被收录的关键。
- 外部引用的方式调用 JavaScript 和 CSS。
- url 要设计得更加合理。
- 加入图片 alt 属性
- 避免网站过多的重复内容。
- 做好首选域。
- 恰当地将关键词写入 title、关键词描述、文章内容中。
- 合理地布置站内锚文本。

6.5 优化网页不友好元素

从各个搜索引擎的帮助中可以看出，搜索引擎对网页中的框架、JavaScript 和 Ajax 中的文字信息不能进行有效索引，也就是说这几种网页组成部分为搜索引擎优化不友好元素。

一般网页的核心信息最好不要放置在这些不友好元素中，以防搜索引擎不能成功进行索引。这些核心信息包括带有该页面核心关键词的文本区域以及相关辅助信息，诸如重要导航，相关导航和文章正文。而那些内容描述与核心信息的相关性相去甚远的信息建议放置在网页框架、JavaScript、Ajax 中，因为它们会对核心信息起到干扰作用。可以放置于搜索引擎不友好因素中的信息包括网站尾部的辅助导航、版权信息和页面的广告信息等。

6.5.1 优化网页布局框架

框架结构或称帧结构（Frame）网页表现为一个网页内的某部分保持固定，其他部分信息可以通过滚动条上下或左右移动显示。框架型网页的另一个表现是，深层页面的域名通常不会在URL 中体现出来，即使进入深层子页面，浏览器显示出来的 URL 仍是主页的 URL。

框架结构的好处是：页面整体一致，更新方便。但大多搜索引擎无法识别框架，也没兴趣抓取其中内容，某些浏览器不支持框架页面。

如果一定要使用框架，必须在代码中使用 Noframes 标签进行优化，把 Noframe 标签看作一个普通文本内容的主页。在<Noframe></Noframe>区域中包含指向 frame 页的链接以及带有关键词的描述文本。同时在框架以外的区域也出现关键词文本。这样搜索引擎才能正确索引到框架内信息。

还有一个办法是采用 iframe 即内联框架（Inner Frame）技术来避免 Frame 带来的不便。所谓 iframe 也是框架的一种形式，它相当于在主浏览器窗口内嵌一个子窗口，内容自动打开。iframe 可以嵌在网页中的任意部分，也可以随意定义其大小，其代码显示为：

```
<iframe src=xx width=x height=x scrolling=xx frameborder=x></frame>
```

对搜索引擎来说，iframe 中的文字是可见的，也可以跟踪到其中链接指向的页面，不过与用户所见不同的是，搜索引擎将 iframe 内容看成单独的一个网面内容，与被内嵌的页面无关。

6.5.2 优化 JavaScript 脚本代码

由于 JavaScript 脚本代码的内容不能被大多数搜索引擎检索，所以做网站优化时一般强调导航菜单等重要的代码部分尽量不使用 JavaScript。

有的网页设计者在部分网页左侧、右侧的相关文章、热门文章链接等处大量地使用了JavaScript，这样无疑将大大降低搜索引擎抓取收录页面的机会。

正常情况下，网页尽量以<html>作为代码开始端。但采用 JavaScript 技术的网页往往在页面一开始就堆积了大量 JavaScript 代码，以致 meta 及关键词迟迟不能出现，被推至页面底部，这些都是对搜索引擎很不友好的表现。

如果一定要使用 JavaScript 代码，可以使用以下两种方法去优化。

（1）将脚本移至页面底部，将大部分 JavaScript 代码移到页面结束标签之上，从而不影响网站功能。

（2）将 JavaScript 脚本置入一个.js 扩展名的文件包中，这样在页面中可以使用外部链接文件的形式。包含 JavaScript 的.js 文件通常在网站访问者的浏览器中被缓存下来，使得下次访问速度加快，也使网站修改和维护更加方便。例如以下代码片段中，就是引用外部 JavaScript 脚本文件的方式。

```
<html>
```

```
<head>
<meta charset="utf-8" />
<title> JavaScript 嵌入 HTML 文件</title>
  <script src="hello.js">
  </script>
</head>
<body>
</body>
</html>
```

6.5.3　优化 Ajax 代码

Ajax 的全称为 Asynchronous JavaScript And XML，是一种 Web 应用程序客户机技术，它结合了 JavaScript、CSS、HTML、XMLHttpRequest 对象和文档对象模型（Document Object Model，DOM）多种技术。运行在浏览器上的 Ajax 应用程序，以一种异步的方式与 Web 服务器通信，并且只更新页面的一部分。通过利用 Ajax 技术，可以提供丰富的、基于浏览器的用户体验。

Ajax 让开发者在浏览器端更新被显示的 HTML 内容而不必刷新页面。换句话说，Ajax 可以使基于浏览器的应用程序更具交互性，而且更类似传统型桌面应用程序。Google 的 Gmail 和 Outlook Express 就是两个使用 Ajax 技术的例子。另外，Ajax 可以用于任何客户端脚本语言中，这包括 JavaScript、Jscript 和 VBScript。

不过 Ajax 技术在搜索引擎优化方面被完全归入“糟糕”一类的效果，因为搜索引擎不支持 JavaScript，而 Ajax 是使用 JavaScript 发挥作用，因此搜索引擎机器人看不到 Ajax 发送的内容。比如，如果一个网站导航采用 Ajax 技术制作，那么搜索引擎无法通过导航系统深入抓取该网站首页以外的其它链接页面，同样，如果网页内容由 Ajax 生成，也无法为搜索引擎识别。

使用 Ajax 技术制作网站该如何兼顾用户体验的高效与搜索引擎优化呢？最简单的答案是确保导航与正文主体内容这两部分最核心的内容是 html 文件，这不仅有助于提升网站的搜索引擎可见度，还可确保那些没有启用 JavaScript 的用户也能看到导航条内容和链接。

6.6　案例 3——优化网站页面中的产品页

针对网站页面的优化技巧，下面通过对电子商务网站产品页进行优化的几个实例步骤，来了解如何对网站页面中的产品页进行优化处理。

1. 每个产品都有唯一的 URL

任何的商务系统都是复杂的，不同的 URL，链接着完全相同的页面。这种情况是经常存在的。例如下图所示是三种不同的 URL 链接完全相同的页面的情况。

```
1.www.example.com/product-1.html =

2.www.example.com/category-1/product-1.html =

3.www.example.com.category-1/sub-category-1/product-1.html =
```

第一个 URL，它用最初的相对短的 URL 访问这款产品；第二个 URL，从一个分类页面导航访问到这款产品；第三个 URL，在进入详细产品页面之前经过两层分类导航访问。这时，为了确保不向搜索引擎提交相同的页面，就需要对两个链接到相同内容的 URL 进行规范处理。提醒搜索引擎这是重复的内容，并告诉它哪个位置才是首页的链接内容。方法是：在网页头部，输入如下图所示代码内容。

```
<link rel="canonical" href="http://www.example.com/product-1.html "/>
```

2. 每个产品具有唯一描述

因为供应商都会提供产品的描述，如果直接采用其提供的描述内容，那就可能会同这个供应商的其他客户的这种产品的描述相同。这里，建议对产品描述进行重新编写，使之成为独一无二的内容，有竞争力，对搜索引擎又友好。

3. 显示顾客评论

Google 会搜索页面上不同的信号为网页权重排序，通过用户评论对产品进行评级，就是一种获取好的网页权重排序的方法。

4. 实现富文本

前面提到的评论，可以被搜索引擎引用成为产品在搜索引擎上的富文本信息。产品页如果被搜索引擎收录，Google 可以在搜索引擎结果页面上显示三行描述，如下图所示。由此可见，富文本值得花时间去做。

Assassin's Creed 3 (PS3): Amazon.co.uk: PC & Video Games
www.amazon.co.uk/UBI-Soft-Assassins-Creed.../B007BLPNJY - 网页快照
Never run out with Subscribe & Save: Sign up to have this item delivered at a regular interval of your choice, and the current price drops to discounted_price ...

5. 优化图片

关于图片的优化，需要做好以下几点：

- 图片的 URL 要做到干净、简洁。
- alt 文本，alt 属性的优化。
- 图像大小不要超过 75KB，缩略图要更小。
- 关键字的放置要合理，不要有过多的现象存在。
- 在站点地图（sitemap）里包含图片。
- 从搜索角度出发，将文件名、alt 内容和图像内容高度关联。

6. 内部链接

独特的内部链接，同样可以帮助提高流量。

- 主打产品页面，在首页上用文字链接到该页面。
- 产品页面有产品博客以及新闻内容链接。
- 在首页上建立产品的导航链接，将最热门的 10 种左右的产品加上。

7. 允许页面被分享

允许页面被分享，是为了突出自身产品是足够好的。在产品足够好的情况下，用户也会愿意将其推荐给自己的亲朋好友，这也不失为一种宣传手段。

6.7 检测网站用户的友好性策略

一般通过三个指标来检验网站是否对用户友好，分别是访问速度体验、链接的可用性和查找信息的便捷度。

1. 访问速度体验

让用户有一个愉悦的访问速度体验，这是一个很明智的做法。根据大量的调查数据表明，访问者能忍受的最大网页打开速度为 15s，如果网页打开速度能控制在 8s 以内最好不过了。但是，很多企业网站在这个方面却做得不尽如意。网页中充斥着大量的图片和 Flash 动画，虽然能给人以较好的视觉效果，但这却是影响网页打开速度的最大因素。所以尽量少使用这些元素避免网页的访问速度慢，而把很多用户挡在门外。

2. 链接的可用性

如果访问者来到某网站，单击链接时却发现浏览器只返回一个错误 404 页面。如果网页中不可用链接数过多，可以想像会是什么结果。一个网站如何才能让访问者取得信任？最基本的原则就是确保网站的每个链接都可用。不要让访问者扫兴而归，是网站维护者应该做的。

3. 查找信息的便捷度

网站是否便于用户查找信息非常重要。访问者是否能在网站上快速、便捷地找到想要的信息是检验网站可用性的标准。

可以通过做简单的实验来了解用户查找信息的便捷度：找一个对网站不是很熟悉的人来访问目标测试站点，让他在网站中找出一个指定信息的网页。当然，这个页面应该是网站中的具体内容页面。如果参与实验的人员通过 5 次以上的单击才找到目标页面，那就说明网站的可用性极差。

第 7 章

优化网页中的图片

目前，大部分网站都使用图片表现内容，然而，图片作为非常重要的网页素材，被搜索引擎蜘蛛爬取的频率非常低，所以这就给图片的相关优化带来了难度。

7.1 优化网站图片

大多数中小型企业网站都是以产品为主的，而且这些网站的数量在网络中占有相当大的比重。以产品为主的网站往往就涉及大量的图片，如果没有很好地实施优化，就很难达到 SEO 预期的效果。

7.1.1 常见的 SEO 图片优化方法

下面简单介绍一些优化图片的方法及其相关内容。

1. 采用 GIF 或 JPEG 的图片格式

做好搜索引擎的图片优化，跟图片格式有着不可分割的关系。因为，图片格式不但与图片体积相关，还跟浏览器的兼容性也有一定的关系。例如：

- 出现颜色失真、显示不完整的图片。对于会出现这种情况的图片，坚决不要采用。
- 采用通用的图片格式。现在一般通用的图片格式是 GIF 和 JPEG 的格式。
- 建议不要采用的图片格式。建议不要采用 PNG 和 BMP 的图片格式，这是因为这些格式的图片体积都是非常大的。

2. 做好 alt 标签

学过 SEO 的读者应该都知道 alt 标签，但往往不重视 alt 标签，或者发文章时将图片复制过来就不管了，造成图片没有 alt 标签，或者是单击进入下一页的无意义的标签的情况。为了使图片的优化效果更好，建议一定要做好 alt 标签。

（1）每图片都要描写 alt 标签

话不多说，一起来看看搜狐网是怎么做的。如下图所示，搜狐网的部分页面的 Video 的源代码，

从中我们可以学习下网站中的 alt 标签的用法。

```
                                                        <UL sdevindex="10" sizset="201" sizcache="1">
<LI><A title="" href="http://s.sohu.com/" target=_blank><IMG alt=Video
 src="http://images.sohu.com/uiue/vd.gif"></A><A title="" href="http://s.sohu.com/20120929/n354188264.shtml"
 target=_blank>德国U21国脚超速撞车 生死未卜</A> </LI>
<LI><A title="" href="http://s.sohu.com/" target=_blank><IMG alt=Video
 src="http://images.sohu.com/uiue/vd.gif"></A><A title="" href="http://s.sohu.com/20120928/n354150495.shtml"
 target=_blank>巴萨众将吃月饼 吟诗词庆祝中秋</A> </LI>
<LI><A title="" href="http://s.sohu.com/" target=_blank><IMG alt=Video
 src="http://images.sohu.com/uiue/vd.gif"></A><A title="" href="http://s.sohu.com/20120928/n354153198.shtml"
 target=_blank>中国好声音红遍全球 韦德送祝福</A> </LI></UL>
```

（2）标签要写完整

标签一定要写完整，不能为了省事，将有些内容省略了。看下面的图，应该就知道，像搜狐这样大型的网站都在用这种方式。

```
<DIV class=pic><A title=龙湖长楹天街 href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tglhcytj/bj.php" target=_blank><IMG
 height=60 alt="" src="http://i2.itc.cn/20120928/108_df9f7174_bbab_d768_47df_3daf3b2e9ef7_1.jpg"
 width=110></A></DIV>
<DIV class=txt>
<H4><A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tglhcytj/bj.php" target=_blank>龙湖长楹天街</A></H4>
<P>CBD东全新写字楼</P>
<P>8.11-9.30<A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tglhcytj/bj.php" target=_blank>报名</A> </P></DIV></DIV>
<DIV class=picP>
<DIV class=pic><A title=路劲世界城 href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgljsjc1/bj.php" target=_blank><IMG
 height=60 alt="" src="http://i1.itc.cn/20120928/108_.jpg" width=110></A> </DIV>
<DIV class=txt>
<H4><A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgljsjc1/bj.php" target=_blank>路劲世界城</A></H4>
<P>大中关地铁综合体</P>
<P>9.10-11.9<A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgljsjc1/bj.php" target=_blank>报名</A> </P></DIV></DIV>
<DIV class=picP>
<DIV class=pic><A title=熙悦山嘉园 href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgshkxys/bj.php" target=_blank><IMG
 height=60 alt="" src="http://i0.itc.cn/20120905/108_48ef98e7_50f6_bf70_ed91_5358fc21c7dd_1.jpg" width=110></A>
 </DIV>
<DIV class=txt>
<H4><A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgshkxys/bj.php" target=_blank>熙悦山嘉园</A></H4>
<P>通透全明户型120万</P>
<P>9.21-10.17<A href="http://house.focus.cn/ztdir/house_tgshkxys/bj.php" target=_blank>报名</A> </P></DIV></DIV>
<DIV class=clear></DIV></DIV>
```

（3）标签的文字

一个好的 alt 标签，文字应该是这样的写法，一句简短可以概括图片内容的话。

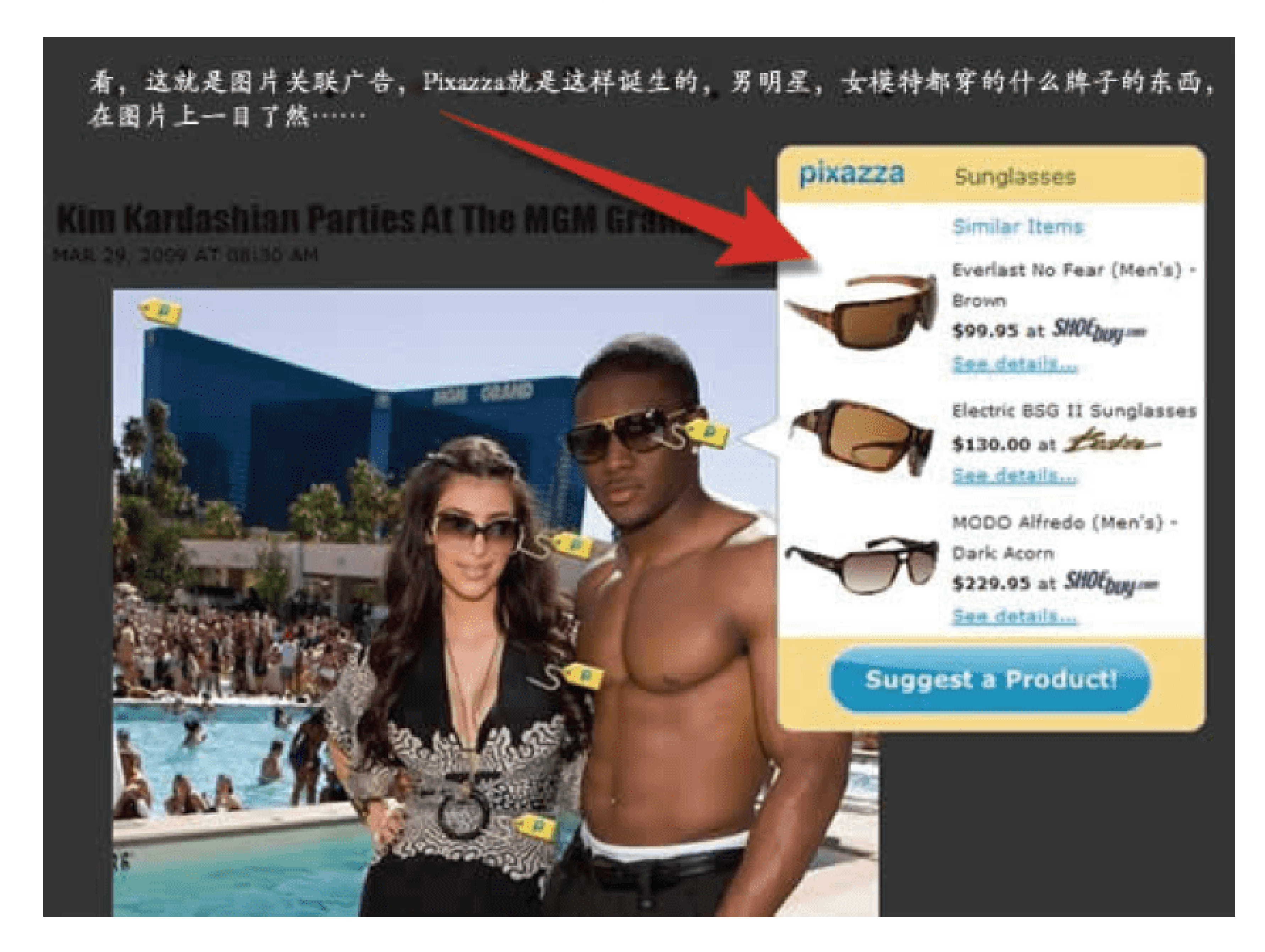
（4）加文章的主关键词

为了搜索引擎的需要，一定要加一个文章的主关键词在标签中。

3. 通过图片来获得利润

做网站一个主要目的是为了赚钱，这个无可厚非。下面介绍针对这方面实施图片优化从而获得收益的一个技巧。例如，现在有不少的图片联盟，通过在图片上投放广告的方式，来增加收益。当许许多多的人都在网页上东一块、西一块的去摆放广告位置的时候，却很少有人在图片中下功夫，其实图片比文字更吸引眼球的。下面介绍一些图片广告的方式。

例如，如下图所示，男明星，女模特都穿的什么牌子的东西，在图片上一目了然，鼠标只要划到 p 这个小图片即可，接着就会出现这款墨镜的名称、简介以及价格。图片关联广告，Pixazza 就是这样应运而生的。



例如，如下图所示，中国的 Pixazza 图片广告——图视广告联盟，是又一种方法。图片中有个小图标，鼠标滑过时，就会出现该产品的名称、价格和信息。



4. 做好图片水印

现在网站中的图片几乎都有水印。这是因为图片添加水印，可以起到宣传网站、保护版权的作用，这里起宣传网站的作用，还是非常明显的。那么大的网站都是怎么做图片水印的呢？例如下图是新浪汽车频道的图片水印。



5. 在图片周围加上关键字

有一种图片 SEO 的方法，就是在图片周围加上关键字。这样可以起到增加图片在相关关键词搜索中排名，以及利于搜索引擎对图片的解读和增加图片收录，从而增加从图片获得流量的作用。

6. 控制图片数量

图片过多，不但会增加网页的体积，而且还会增加布局的难度。因此，图片不在数量的多少，而在于质量一定要精。为了保证网页的正常浏览，建议大家在一个网页正文中不要超过三个图片，不要觉得图片数量少，这样的数量足以发挥图片应有作用了。

7. 将图片本地化

因为很多图片都是通过一定的渠道复制过来的，所以说对图片进行本地化处理非常重要。做好本地化处理，可以起到加快图片加载速度、有效防止图片丢失、带来流量的作用。例如下图所示，是新浪对图片的文件名的处理。




```
10px 10px}</style><div class="news_block news_blockr"><h3><b>关注<a
href="http://data.auto.sina.com.cn/549" target="_blank" name="70">朗逸</a>的人还关注
</b></h3><div class="vbo_content"><ul class="starListUl slist ulist "><li><div
class="fl"><p><a href="http://data.auto.sina.com.cn/410" target="_blank"><img
width="98" height="64"
src="http://i2.sinaimg.cn/qc/salon/FAW_VOLKSWAGEN/FAW_VOLKSWAGEN/sub_brand/U515P33
T221D410F5443DT20090908172320_small1.jpg" /></a></p></div><div class="renr"><p>
<a href="http://data.auto.sina.com.cn/410" target="_blank">速腾</a></p><p
class="reninfo">市场价：13.18-18.58万元</p><p class="pinglun"><a target="_blank"
href="http://data.auto.sina.com.cn/car_comment/410">已有6909位用户发表评论
>></a></p></div></li><li><div class="fl"><p><a
href="http://data.auto.sina.com.cn/428" target="_blank"><img width="98"
height="64"
src="http://i3.sinaimg.cn/qc/salon/AEOLUS/AEOLUS/sub_brand/U1930P33T221D428F5443DT
20090408154141_small1.jpg" /></a></p></div><div class="renr"><p> <a
href="http://data.auto.sina.com.cn/428" target="_blank">轩逸</a></p><p
class="reninfo">市场价：11.9-16.9万元</p><p class="pinglun"><a target="_blank"
href="http://data.auto.sina.com.cn/car_comment/428">已有2816位用户发表评论
>></a></p></div></li><li><div class="fl"><p><a
href="http://data.auto.sina.com.cn/573" target="_blank"><img width="98"
height="64"
src="http://i3.sinaimg.cn/qc/salon/FAW_VOLKSWAGEN/FAW_VOLKSWAGEN/sub_brand/U515P33
T221D573F5443DT20081127113925_small1.jpg" /></a></p></div><div class="renr"><p>
<a href="http://data.auto.sina.com.cn/573" target="_blank">新宝来</a></p><p
class="reninfo">市场价：10.78-14.68万元</p><p class="pinglun"><a target="_blank"
href="http://data.auto.sina.com.cn/car_comment/573">已有2199位用户发表评论
>></a></p></div></li></ul></div></div>
```

8. 少用图片作为锚文本来交换链接

少用图片作为锚文本来交换链接，是指在和别人交换友情链接时，不要采用图片的形式。因为这种形式链接效果远不如文字链接。

9. 用一个专门的文件夹来存储图片

将图片存储在一个文件夹里，然后在文件夹中再按时间或栏目来分类，这就是所谓的用一个专门的文件夹来存储图片的做法。

10. 采用适当的图片尺寸

如果图片过大会增加网页的体积，使得网页加载的速度减慢。如果图片尺寸过小，又不能发挥图片应有的效果。如何处理好这两者关系呢？这要求在给网站使用图片时，一定要将图片的尺寸考虑在内。作为参考，先看看几大门户网站采用图片的尺寸，如下图是搜狐网的星座频道的相关尺寸代码。

```
http://astro.women.sohu.com/ - 原始源
文件(F) 编辑(E) 格式(O)
 网。">
<meta name="keywords" content="星座,占星,生肖,血型,心理测试,占卜,塔罗,解梦,紫微,运势,风
 水,面相,手相,八字,姓名,易经,个人星盘,黄历,鬼,灵异,白羊,金牛,双子,巨蟹,狮子,处女,天秤,天蝎,射
 手,摩羯,水瓶,双鱼">
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE7" />
<title>星座频道-搜狐</title>
<link href="http://astro.women.sohu.com/upload/global0409/global[1].css"
 type="text/css" rel="stylesheet">
<!-- 中心统一样式请勿删除 -->
<link href="http://women.sohu.com/upload/yxb/fcue/css/fcc-all.css?"
 rel="stylesheet" type="text/css" />

<style>


*{color:#333}
a{color:#333}
a:hover{color:#780C79}
select{color:#666;text-align:center;}

.column145 {width:145px;float:left;}
.column805 {width:805px;float:right;}

#foot{border-top:1px solid #9D9DA1;color:#133B8A}
#foot a,#foot td,.ui_engl{color:#133B8A}

/* 登录 */
```

如下图是 Yahoo 中国的星座频道的相关尺寸代码。

```
http://astrology.cn.yahoo.com/ - 原始源
文件(F) 编辑(E) 格式(O)
.sub {
padding:0px
}
.c ul li {
background: url("http://cn.yimg.com/lady/astrology/2011/0314/point.jpg") no-repeat
 scroll left center transparent;
float: left;
font-size: 12px;
line-height: 27px;
padding: 0 0 0 10px;
width: 165px;
height:27px;
overflow:hidden;
}
</style>


</head>
<body>
<!--Start Beacon Code v2-->
<script>
var _dp_sid='2143786523';
var _dp_p="sns";
</script>
<script>
var _dp_channel = 'astrology';
var _dp_art_type = 'static';
```

7.1.2　在百度上做图片优化

百度已经有百度上线图片搜索竞价排名，这无疑给 SEO 图片搜索优化带来了一个很大的信息。一般来说，一些相册类型的网站，产品类型的网站这方面的需求比较多。下面具体为大家介绍关于百度图片优化的一些技巧和指南，以及相关的经验总结。

（1）图片本地化

关于图片本地化，建议将图片的位置放在和网站相同的服务器上，这样会起到稳定、加快访问速度的作用。

（2）给图片加上 alt 标签

因为 alt 标签的目的在于代替不可显示的图片的一个文字说明，并且在鼠标停留在图片上时，起说明图片的作用。对于搜索引擎来说，alt 标签意味着图片想要表达的内容。下面给出 alt 标签的代码范例：

```
<a href=”#”><img src=”图片路径” border=”0” alt=”图片关键词”/></a>
```

（3）给图片加上宽度和高度

宽度（width）和高度（height），可能大多数人会习惯用默认的。但是，百度图片的排序是有一定规律的，例如标准分辨率 1024×768、800×600、240×320 这三种。如果图片不小于 250×300，又是上述三种标准分辨率的话，可以让页面获得更好的排名，还可以让搜索桌面壁纸的用户可以很快地找到该图片。

（4）给图片加上链接标签

给图片加上链接到相关页面的链接标签，这对于用户和搜索引擎都有一定的关系。因为百度往往会遵循用户的浏览习惯，而用户的浏览习惯是看到图片后再点进去。

（5）周围的文字要和图片相关联

建议 alt 标签周围的文字需要和图片周围的文字保持一定的关联性。

（6）文件名尽量对应图片

在图片添加的过程中，往往会采用随机的文件名或者取随机的文件名，尤其是英文网站上的优化，更要注意这一点。如果是中文的话，可以用拼音代替。

（7）压缩文件大小

为了让访问速度更快，并且更易于收录，建议在不影响美观的情况下，尽可能压缩图片文件大小。

（8）给图片加水印

给图片加水印，好处是不言而喻的。

（9）把握图片的格式

选择 jpg、png、gif 等小型、轻型的图片格式是最好的。

7.2 SEO 图片优化基础

在 Google 查询关键词的时候会发现，结果中会出现和关键词相关的图片，为什么 Google 会把图片和网站混杂起来在第一页呈现？是不是可以通过一些手段，把图片优化到 Google 的普通搜索页面呢？

1. 搜索引擎分析

如果用影星的名字在 Google 中搜索，搜索引擎都会在第一个结果中给出图片，往往第三个结果会是视频。为什么 Google 会将图片和视频排在搜索结果的前面呢？作者觉得应该是其认为在搜索这些关键词的用户中，目的往往是为了寻找相关的壁纸、图片或者视频的。

例如，如下图所示，是用 Google 搜索明星“安吉丽娜”的结果。



分析认为，如果 Google 存储每个关键对应图片和视频的下载量数据，应该是在计算时将其作为计算数据的一部分了。当下载量大到一定程度时，Google 会认为这个关键词视频和图片非常重要，之后将其排名至第一或给予很大的权重。为什么是这样的分析结果呢？下面通过一个例子来了解。

比如，搜索关键词“熊猫”，结果如下图所示。从搜索结果中可以发现，结果是非常准确的，因为至少没有出现“狗”、“猫”的图片。如果出现了那样的结果，那么这样的搜索也就不存在意义了。

购物
更多

网页
所有中文网页
简体中文网页

更多搜索工具

熊猫的图片搜索结果

大熊猫- 维基百科，自由的百科全书
zh.wikipedia.org/zh/大熊猫 - 网页快照 - 类似结果
大熊猫（学名：Ailuropoda melanoleuca），在台灣也可稱作大貓熊，一般稱作「熊猫」或「貓熊」，属于食肉目熊科的一种哺乳动物，体色为黑白两色。熊猫是中國特有種，…
名称溯源 - 物种信息 - 外形特徵 - 习性与繁衍

熊猫_百度百科
baike.baidu.com/view/4667.htm - 网页快照 - 类似结果
熊猫（学名：Ailuropoda melanoleuca），是世界上最珍贵的动物之一，数量十分稀少，属于国家一级保护动物，体色为黑白相间，被誉为"中国国宝"。大熊猫是中国特有种 …

熊猫的新闻搜索结果


搜狐

熊猫女孩北京来袭《魔兽世界》掀起中国文化旋风！
中国宁波网 - 4 小时前 - 97 篇相关文章 »
如果你是《魔兽世界》玩家，或许你已经猜到是什么，据围观者中的魔兽玩家表示，这群熊猫妹子跳的是《魔兽世界》里的舞蹈。根据熊猫女孩手上所持 …
熊猫宝宝朝阳和浩浩今来宁吃货爱卖萌
南海网 - 3 小时前 - 13 篇相关文章 »
片故事：大熊猫的中秋节(组图)
搜狐 - 11 分钟前 - 8 篇相关文章 »

通过上面的分析，是不是对于搜索引擎的优化，针对图片方面的方法有些了解呢？总之，搜索引擎是不可能区分图片里是什么的，如果可以清晰地告诉搜索引擎图片内容是关于哪方面的，到底是什么，这样的图片必定会被更多的人去搜索到，那么这无疑是对搜索效果有帮助的。

2. 一些关于优化图片的建议

针对上面分析的搜索引擎的相关理论，下面给出几点关于优化图片的建议。

（1）唯一的图片。使用一个唯一的，吸引人的图片，这样可以吸引很多自然引用链接。

（2）包含关键词。建议把关键词包含在图片名称中。

（3）用 alt 标签描述图片。在自然的前提条件下，用句子进行图片的 alt 标签描述，并将关键字包含在关键字中，这样才是合理的方法。

（4）图片所在页要和图片一并优化。如果图片所在页有大量的针对图片来进行的描述，内容更新颖，采用这样的形式，优化效果一定会比原有形式更好的。

（5）在图片周围加文本。把和图片很相关，关键词密度高的文本加在图片周围。

（6）大量的外部链接。给图片大量的外部链接，包括锚文本和普通链接。还有要有一定数量的外部链接给文件所在的网页。

（7）不要使文件过大或者过小。

（8）尽量使用 png、jpeg、gif 形式的图片格式。

（9）确保 URL 中不包含敏感信息。例如，"帅哥"这样的词包括在 URL 中，会被搜索引擎判断为不健康图片、而将图片屏蔽。

（10）制作 Google 提供的图片 sitemap。Google 曾经在官方博客上发表文章宣传将支持 sitemap 中包含图片，来帮助 Google 更好地理解网站的内容，以抓取对用户更有价值的信息，从而提高用户体验。想要 Google 有更多途径找到网站，要在遵守 Google 优化原则的前提下，在一些质量较高的网站中呈现图片，并制作 Google 提供的图片 sitemap。

如下图所示是新浪网的部分代码，从中就可以发现 sitemap 文件夹名称。

```
                              <td height="33"
background="http://i3.sinaimg.cn/dy/deco/2007/0402/sitemap/sina_map_ams_002.gif">
                                   
                              </td>
                          </tr>
                      </table>
                  </td>
                  <td align="right"
background="http://i3.sinaimg.cn/dy/deco/2007/0402/sitemap/sina_map_ams_002.gif">
                      <table width="145
                      " border="0" cellpadding="0" cellspacing="0"
```

3. 优化技巧介绍

如果能够成功地优化图片的 SEO 排名，也能够为网站带来不可小觑的访问流量。鉴于几家较大的搜索引擎也都专门编写了针对图片的蜘蛛程序，下面来介绍一些优化技巧。关于优化技巧，主要有下图所示的 4 点。



（1）alt 标签

首先，alt 标签是搜索引擎判断图片内容的重要因素，其次 alt 标签的文本内容会在图片无法读取的时候得以显现。通过每一张图片必须添加 alt 标签，采用同时 alt 标签在写法上要包含关键词，然后自然地描述图片内容这样的方法，可以有效提升图片的排名位置。

（2）图片名

网络上很多图片的名称用数字或者一组数字命名，可能是方便记忆和整理，但从 SEO 的角度来讲相对就没有什么益处了。因为图片名称很有可能会是搜索引擎判断图片内容的一个因素，所以要尽量将图片名以正确的表达图片本身内容的方法来命名。

（3）本地化图片

要优化图片的 SEO 排名，就不能采用网络上已有的链接。因为本地化的图片有效地保证了不发生链接（权重）的导出。

（4）图片周围文本

Google 方面曾经明确表示会通过了解关键词前后文本内容来考量该网页的实际内容。所以要把图片周围文本，以文本优化的方式同等对待。

7.3 SEO 图片优化执行

针对目前搜索引擎对图片的抓取规律及图片 SEO 对网站排名的效果，现关于图片优化做以下

解释并就图片 SEO 提出具体的优化执行方案。

1. 关于百度图片

（1）alt：是百度图片搜索认为是否与关键词有关联的依据。
（2）title+alt：是百度图片搜索分析图片新闻和关键词相似程度的依据。
（3）title+alt+keywords：是百度图片搜索认为有较高价值的图片新闻的依据。

下面来分析图片新闻的特点：

（1）alt 是搜索关键词或者基本相同的，这种情况占 75%。
（2）title 里可能包括了 alt，即搜索关键词，也可能没包括，这种情况占 75%。
（3）keywords 基本与 alt 是没有关系的。

通过上述内容的分析，得出这样一个结论。alt 在图片搜索中发挥了非常重要的作用，title+alt+keywords 这三者越相似，也就意味着越容易被收录。

2. 网站图片 SEO 应做的优化处理

（1）alt 标签

alt 部分的处理，是优化网站图片最重要的一点。

建议：标注旁边的文字和锚文本旁边的文字，这些都对图象搜索排名有一定的影响。使用 alt 属性是为了给那些不能看到文档中图像的浏览者提供的文字说明。建议加上一些特殊的标注，如图片说明、评论、设计群体、位置和主题。总之，一个标准的图片嵌入代码应当包含 src、width、height、alt、title 这 5 个关键元素。

举例：以“一大把”网站为例，如下图所示的代码组合，就标准的图片嵌入代码来说。

imgsrc= “promote. yidaba. jpg/” alt= “一大把网络营销频道”

例如，一张长宽为 485×309 图片，如下图所示。



它规范的 HTML 代码应该如下图所示。

imgsrc= "promote.yidaba.com/" width= "485" height= "309" alt ""图片seo" title= "seo图片优化策略及执行方案"

（2）图片文件名

为图像命名一个和文档相匹配的名称很重要。默认的名字对搜索引擎没有任何的沟通作用，因此应该事先设定一套命名结构体系。例如，前面截取的门户网站的源代码，对于图片文件名就有着一套命名结构体系。

举例：一张"一大把"网络营销频道的图片，在对该图片进行命名时，可以采用像 promote.yidaba.jpg 这样具有描述性质的文件名，建议不要采用像 promote.jpg 这类只是代号的名字，当然可以使用替换文字作为图片的文件名。

（3）图片标题

将图片标题，等同于网页优化中的 Title 标题来进行。也就是说，什么内容的图片，就命名与这张图片相符的标题。

建议：为了优化网站图片在搜索引擎中的排名，建议在图片的周围添加包含关键字的描述信息。这可是有原因的。如果用 Google 搜索图片，就会发现每张图片下都会有一段描述性文字。其中，关键字用粗体显示，这段描述文字一般都来自于原文章图片周围。

举例：下图所示为"一大把"网站的示例效果。



（4）图片文字介绍

为了告诉搜索引擎某张图片的重要性，建议将这张图片排在前面，并且图片文字基本都是关于这张图片的专栏介绍。

（5）外部链接

搜索引擎判断一张图片是不是受欢迎，是通过分析这张图片外部链接的形式来判断的。所以，图片的 SEO 优化同样需要外部链接。受欢迎的图片才会在网络上蔓延。

建议：很多时间我们使用链接形式打开图片的，建议链接的名字中包含图片的关键字。

举例：如果要链接“一大把网络营销频道”的图片，使用“单击获得完整尺寸”这类的链接文字就不合适了。采用“更多一大把网络营销频道内容”这一类的命名形式，才比较可取。

（6）图片的存储

要选择使用自己网站的图片，而不是使用其他网站的图片。因为引用外部链接打开图片时，会碰到因为外部网站的服务器问题而无法打开图片等问题。

（7）图片的尺寸

如果因为设置不规范而导致上传到网站的图片变形无法查看，那就太得不偿失了。这就要求在链接一张网站优化工具的图片截图时，图片大小应当符合规范，并且必须进行严格把关。

（8）检测搜索索引

通过对 Google 检索的网站图片进行检测的方法，来检测对网站图片的优化方法是否合适。

（9）两个关键词组合搜索的结果

例如，在上传“张学友”图片的时候，alt 可以直接写“张学友图片”。如果有两张或者更多图片的时候，第一张的 alt 写“张学友的图片”。这里加个“的”字，是因为有人喜欢这样搜索，并且在搜索“张学友图片”的时候，alt 还是包含了“的”。第二张，alt 可以写“张学友的相片”。第三张，alt 可以写“张学友的照片”。上述这些，都是图片相关的、并且有利于搜索的、与关键词相关的图片 alt 的命名方式。

7.4 被忽略的图片优化技巧

图片内容与行业性质是息息相关的。如果“站长网”这样的网站去做大量的图片优化，可能不会带来太多的精准流量。而对于“QQ 表情站”、“婚纱摄影网站”、美女图片站这类本身就以图片为依托的网站来说，图片内容的优化能带来相当可观的流量。关于图片优化的 SEO 技巧，前面已经介绍了，下面就容易忽略的 SEO 技巧进行介绍。

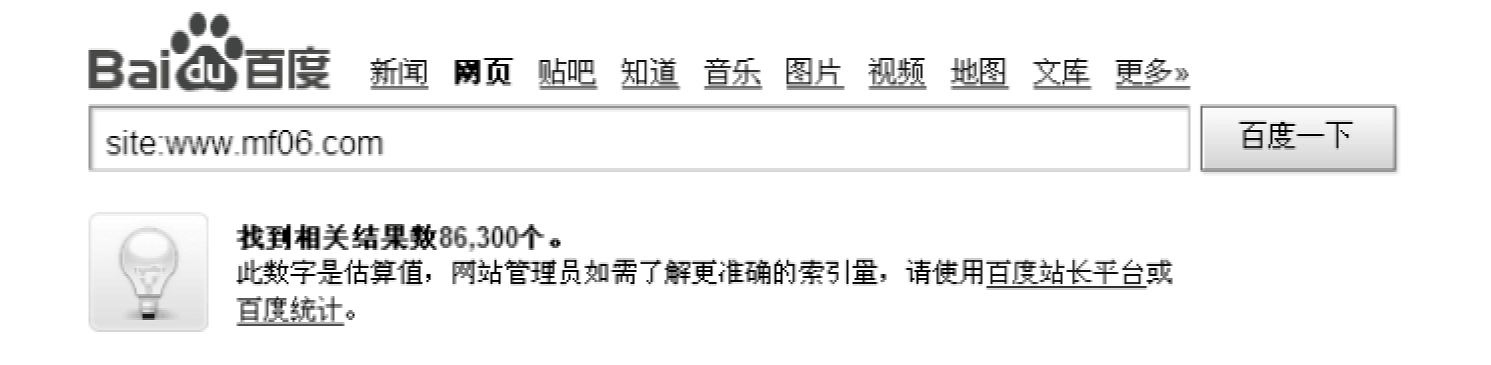
很多企业的网站，特别对那些以图片为依托的网站，在一味的关注关键词排名的前提下，往往忽略了自身最大的资源——图片内容的优化。这样的结果，只会让企业网站丧失一大批潜在的客户。那么，是不是在<img>里加一个 alt 标签就是所谓的图片优化了呢？其实不是这样的，图片内容应该与行业性质息息相关。如何为图片内容做 SEO 呢？

1. 图片内容与行业性质息息相关

如下图所示，是在百度图片搜索“QQ 表情”后，所给出的结果。



查看“QQ 表情”，选择以 www.mf06.com 网站为例，可以发现该网站在百度图片中的收录数量达到了 86000 千多张，如下图所示。



2. 如何为图片内容做 SEO

对于以图片为依托的这类网站来说，图片优化的效果对其至关重要。那么要如何为图片内容做 SEO 呢？主要可以通过以下几个步骤来进行。

（1）重视网站 alt 标签

给文章中的图片增加 alt 标签，搜索引擎蜘蛛看的不仅仅是文字，还有源代码。所以，只有图片的 alt，才会带给搜索引擎合理的识别空间。

另外一点就是，代码越规范，越容易被收录。如果能够提供更多的信息，蜘蛛会更“喜欢”，相应的用户体验也一定高。

例如，在代码中添加图片的宽度和高度，代码可以如下图所示。

〈 img src= “url” width= “XX” height= “XX” alt= “XXX” 〉

（2）为图片添加相应的外链

如果文章不被收录怎么办？添加外链就有可能解决了。所以，各位 SEOer 不要忽略了外链的作用。同理类推，通过在博客、论坛里添加相应的图片外链，就能够实现吸引蜘蛛的目的，这样即使网站整体权重不高，通过添加一定量的外链，图片还是能被正常收录的。

例如，如下图所示，来自于百度空间的这篇文章中添加的就是来自淘宝网产品的外链效果。

（3）图片的关键词要与文章主题相关

例如，一篇介绍三亚旅游的文章，图片的 alt 标签就不能标注“魔兽世界”，因为一个网络游戏类的关键词，是不可能与旅游方面有太大关系的。如果这样做 alt 标签的话，可能会导致图片不被收录，甚至还会影响文章的收录。

针对上述情况，如果在多张图片的情况下，分别用“三亚风景图”、“三亚海水”等关键词命名，这样与主题相近的图片，不但能够提高图片在搜索引擎的排名，也能加快图片的收录进度的。

（4）图片的排版

图文并茂的文章，一定比单纯的文字描述类文章或者单纯的图片类文章受欢迎。这就是文章的版式，合理的排版页面有助于提高图片的权重。因为一些基本的文章排版规则肯定已经被“印在”搜索引擎的“脑子”里了。

（5）查看 robot 文档与 js、flash 信息

有些程序会默认把图片信息加入 robot，这就要求要对其进行仔细的检查。合理的方式是，将图片存放在单独的文件夹中。

（6）图片不要用 js 和 flash 调用

图片不要用 js 和 flash 调用，这跟现阶段的搜索引擎技术有关系。因为目前搜索引擎对这两者的识别能力还不强（例如图片识别），当搜索引擎在不认识图片的情况下，若再加 flash，那么只会让搜索引擎更加不识别了。

第 8 章

优化链接策略

链接是搜索机器人爬行的路径，链接分析是搜索引擎排名算法中一个很重要的部分，受搜索引擎欢迎的网站一般都会在搜索结果里有好的排名。链接有内部链接和外部链接之分，在这一章中，主要对于链接的相关优化技巧进行介绍，包括链接的基本知识、为什么链接很重要、网站链接的优化策略、学习新浪网的内部链接优化方法、使用工具检查网站的链接和分析网站的链接优化策略。

8.1 链接的基本知识

在对链接进行优化之前，先来认识一下链接。这一小节，主要通过介绍什么是链接，以及链接的类型，从而对链接有明确的认识。

8.1.1 什么是链接

链接是指从一个网页指向一个目标的连接关系，这个目标可以是另一个网页，也可以是相同网页上的不同位置，还可以是一个图片、一个电子邮件地址、一个文件，甚至是一个应用程序。而在一个网页中用来链接的对象，可以是一段文本或者是一个图片。当浏览者单击已经链接的文字或图片后，链接目标将显示在浏览器上，并且根据目标的类型来打开或运行。

按照使用对象的不同，网页中的链接又可以分为：文本链接、图像链接、E-mail 链接、锚点链接、多媒体文件链接、空链接等。其中，可以被搜索引擎识别的链接有文本链接、图像链接和锚点链接。按照链接路径的不同，网页中链接一般分为三种类型：内部链接、锚点链接和外部链接。

如下图所示为百度搜索框上方的导航栏，是比较常见的链接形式。

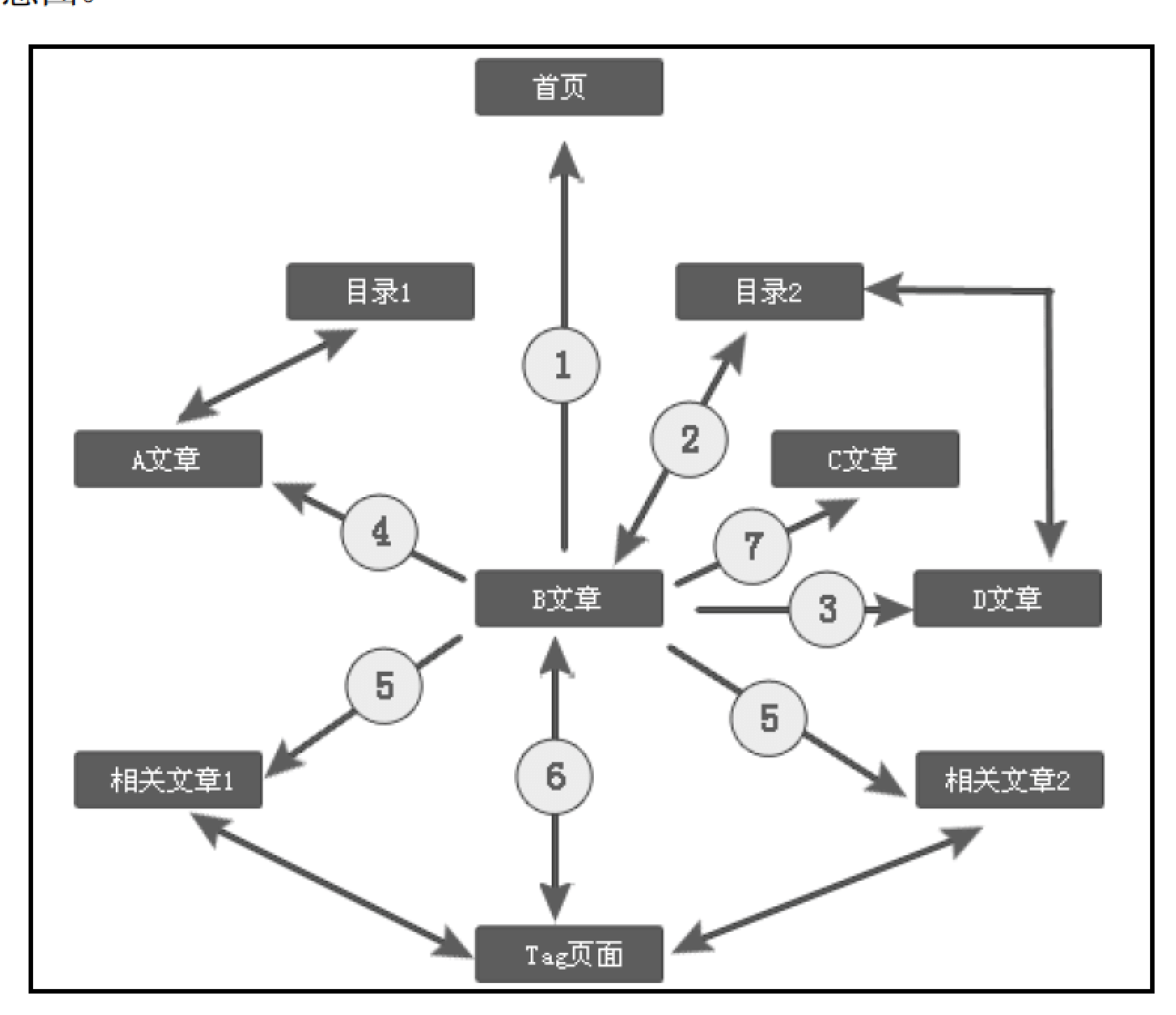


8.1.2 链接分类

内部链接、外部链接，这些都是经常接触到的链接类型。这两种链接，是根据链接的路径不同来区分的。此分类下面的链接，还有一种叫作锚点链接。

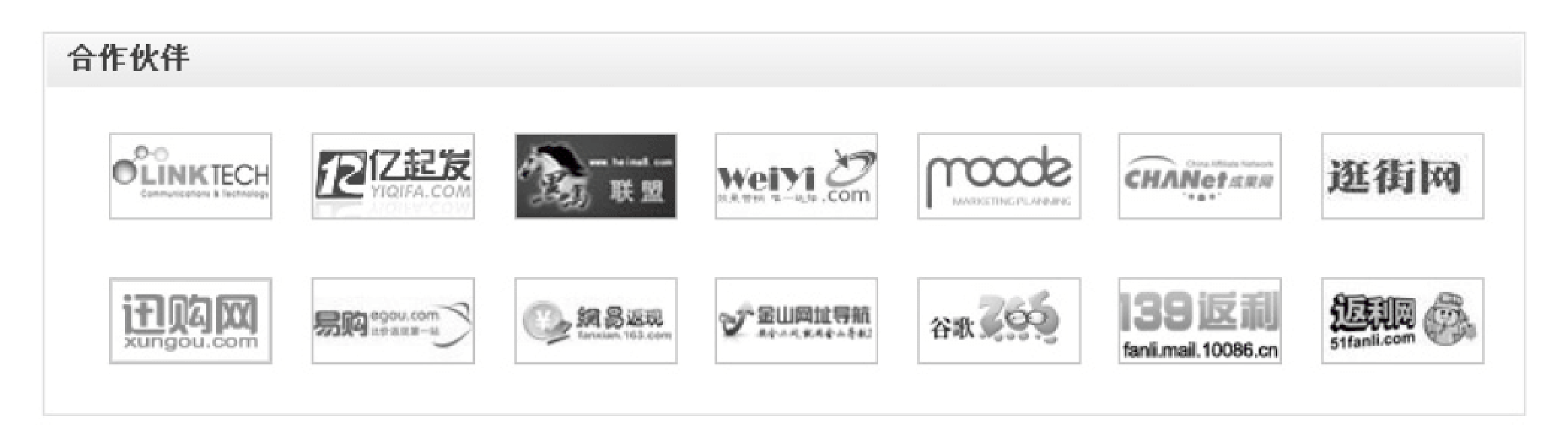
1. 内部链接

内部链接，又称站内链接，是指同一网站域名下的内容页面之间互相链接。如频道、栏目、终极内容页之间的链接，站内关键词之间的 Tag 链接也属于内部链接。如下图所示，是网站内部链接的结构示意图。



2. 外部链接

将网页中的链接对象与本网站以外的资源所进行的链接，称之为外部链接。例如，针对搜索引擎，与其他站点所做的友情链接，就是属于一种外部链接。友情链接也是在搜索引擎优化过程中，为了提高网站的点击率常用的手段。如下图所示是当当网的“合作伙伴”版块，这里有其网站的一些外部链接。



3. 锚点链接

在内容庞大的网页，通过单击命名锚点，达到指向文档，还能指向页面里的特定段落的目的，让链接对象接近焦点，便于浏览者对网页内容的查看。这种情况的链接，就属于锚点链接。在网页中增加恰当的锚链接，会让所在网页和所指向网页的重要程度有所提升，从而影响到关键词排名。

8.2 为什么链接很重要

一个网站如果能获得其它许多网站给出的、能被搜索机器人识别的链接，搜索引擎就会认为该网站是受欢迎的。

1. 链接分析技术

链接分析技术是新一代搜索引擎的关键技术。在众多的网页中，如果一个网页被引用的越多，说明其越受用户的欢迎。链接分析技术就是通过分析链接网站的多少来评价被链接的网站的质量，这保证了用户在使用搜索引擎搜索时，越受用户欢迎的内容排名越靠前。

链接分析技术的运用，大大地方便了网民对互联网资源的查找和利用。如果一个网站给另外一个网站导出了链接，搜索引擎认为，导出链接的站点给了被链接网站一个信任投票。如果某个网页的链接质量很高，则该网页就会有比较好的关键词排名，尽管链接的数量并不一定很多。

2. 缩短网站收录的时间

正确地对网站的内部链接进行 SEO 优化，站点中网页间的互链有助于提高搜索引擎对网站的爬行索引效率，有利于网站的收录。长尾关键词的链接资源几乎都来自内部链接。总之，内部链接有助于加快网站的收录。

3. 优化页面排名

如果将链接比作是投票，对于搜索引擎来说，一个内部链接，就是网站内各页面之间的一张投票。而外部链接，则是网站之间的投票。因此，SEOer 应该用更多的内部链接指向重要页面，从而使该网页主题中的核心关键词在搜索引擎中更具有排名优势。

4. 加强权重传递

关于加强权重传递，这里主要是针对 Google 的 PR 来执行的。其会把内部链接计算在“反向链接”的行列中，因此，内部链接多的网站，所获得的权重会越高，PR 也会随之增高。

5. 提高用户体验

内部链接可以提高用户体验度，增加 PV，提升访问量。例如，通过为网站的导航栏、相关

文章、热门文章、最新文章等添加内部链接，能比较容易提高用户体验的访问。这是因为，页面被单击的几率越大，PV 的增加就会越明显。

8.3 网站内部链接的优化策略

网站内部页面之间的链接规划在整个 SEO 过程中是十分重要的，因为不仅要向用户和搜索引擎呈现一个严谨的网站逻辑结构，同时也应该让搜索引擎准确识别页面关键词。

8.3.1 给重要网页添加内部链接

在网站中，并不是所有的页面都很重要，每个页面承载信息的重要性不同，因此也应该在网站中体现出每个网页的层次感。整个网站中如果一个页面获取其他页面的链接数比较多，那搜索引擎就会认为这个页面在网站中最为重要，就会把它在整个网站中的权重加强。

为此，大家就会不难理解，为什么一个网站的首页经常会在搜索引擎中取得好的排名了。例如下图所示，是中国移动网站的一个页面，可以看出，大部分网页都包含了首页链接，可见首页的内容比较重要。



8.3.2 相关链接和频道关联

增强网页之间内容的相关性，不仅可以提升具体网页的关键词密度，同时也可以为用户提供更多的相关信息，因此，成为凸现目标部署关键词搜索引擎排名的一个很有效的方法。

如果网站是基于 CMS 系统（Content Management System，内容管理系统）构建的话，那可以通过站内关键词和 TAG 标签来有效关联同一主题内容的网页。当然，也是可以通过人工来做内容相关性的操作的。程序实现更为省心和便捷，但与人工相比，它缺少灵活性和人性化，不过人工操作是要投入很多时间和精力的。网站中内容的关联最常见的表现形式是文章正文中的关键词导出链接和针对该文章的相关列表导航。所以，在网站搭建时一定要规划好内容的关联实现功能。

例如下图所示的相关博文，就是典型的相关链接。

相关博文

- 刘克丽：盼望手机内置公交卡内容必唯一 运营商数
- 老留学：谁伤害了密西根大学的热情？
- 张书乐：携号转网岂能任运营商鱼肉
- jamesful：三大运营商2010年11月用户数据简评
- 小刀马：手机支付带给电信运营商什么？
- 白云：杭州下了很大的雪-校园实拍
- 心如：普林斯顿大学和斯坦福大学（上）
- 艺艺：大学毕业生薪水最高的美国大学

8.4 外部链接在 SEO 中的作用

本章节主要介绍外部链接在 SEO 中的作用，从而将网站中的外部链接做得更好，并吸引那些高效的外部链接。

8.4.1 增加网站外部链接的相关要点

如果在网络中缺少了搜索引擎，不同网站之间的外部链接，依然可以为各自带去更多的用户和流量，这是网站外部链接的作用。因为，在搜索引擎还没有出现之前，网站间就已经在通过相互的外部链接来吸引用户，从而增加自身网站的流量了。目前在百度和 Google 中，网站外链所占权重还是非常重的，如果仔细分析和了解外链权重的各种特点，并有针对性地去制造外链，那么自然会事倍功半。

1. 关于网站名称

在准备做链接之前，事先想好最有利于网站搜索引擎的名称，很多人会直接将网站名称给用上了，这个效果未必会好。例如，叫“创赢网”的网站名，在还不知道这个网站是做什么的时候，通过其他的关键词做链接效果会要好得多。如：“网站优化”、“Google 优化”，用这些做文字友情链接，效果会更好。

2. 关于网站地图

网站地图，被用来链接网站，这是一个错误的做法。因为链接搜索引擎不“喜欢”，如果改为文字链接，就更容易被搜索引擎接受。从文字链接、图片链接、JS 链接这几种链接方式来比较，效果最好的是文字链接。这里所说的效果，是根据能否被搜索引擎抓取来衡量的。如果实在觉得有必要做图片链接，记得加上 alt 文字标签说明。关于 JS 类的链接，不推荐大家使用。一起来看看百度是怎么做的，如下图所示为百度的“主品大全”页面。



3. 关于被链接网站

在做外部链接，链接其他网站之前，有必要查清对方网站的相关情况。包括：是否有被搜索引擎收录，以及有无被惩罚。对于那些被惩罚过的网站，绝对不能交换链接。

4. 外链数量

在进行外部链接建设的过程中，不要一味地追求数量，要讲求质量，跟与自己网站同种类型或 PR 较高的网站链接，只要满足几个条件就够了。

对于刚建的新站，建议暂时不要与同类网站去链接，刚发布网站难免有不足以及值得改进的地方，这时站长如果将网站与同类网站建立了外部链接，会让本身可能属于自己网站的流量被做得好的网站给抢走的。

很多人可能不愿意链接那些竞争对手的网站，从竞争学的角度来说，是可以理解的。但是，合作才能双赢，如果网站已经做得足够成熟了，选择关联性高的站点，即使是竞争对手，又何尝不可以呢？

5. 搜索引擎与友情链接

关于友情链接，具体来了解一下不同搜索引擎对其的“感观”。比如，百度、Googlre、Yahoo 等。百度看重的是外部链接的质量；Google 看重的是在外部链接质量的基础上增加友情的数量；Yahoo 比百度更看重外部链接的质量。

建议向大的分类目录提交，因为这是在不用付出任何代价的前提下，得到高质量的反向链接的好机会。

6. PR 值高的网站不一定好

PR 值高的网站真的是不一定好。这在做链接的网站跟自己网站不相关的条件下，就可以说得通了。大家知道 PR 越高，相对地，链接也就越有价值。在同等条件下，PR 高的站点可能会排在更靠前的位置。但是，根据试验发现，PR 的作用越来越小，已经到了可以忽略的程度了。如果通过付出高代价的手段去追求高 PR 的链接，建议不如去追求那些“百度快照更新频繁，收录多的

低 PR 站点”，这样来得更实际，机会也更大些。

7. 友情链接数量

友情链接的作用不用说了，但是这里提醒您千万别去一味地追求友情链接数量的增加。为什么这么说呢？因为友情链接越多效果不一定越好。建议首页的友情链接数量不超 20 个，特别是在首页上不要链接太多图片，不然会影响站点的打开速度。如下图所示是 Yahoo 网站的友情链接。



8. 网站质量

经常能听到这样的口号“质量是企业的根本”，对于网站也是同样的。网站的质量关系着网站的发展。对于那些高 PR，但质量不好的网站，不是理想的外链对象。因为质量差的网站，PR 终有一天会降下来的。

8.4.2 如何做好外部链接

1. 提交网站目录

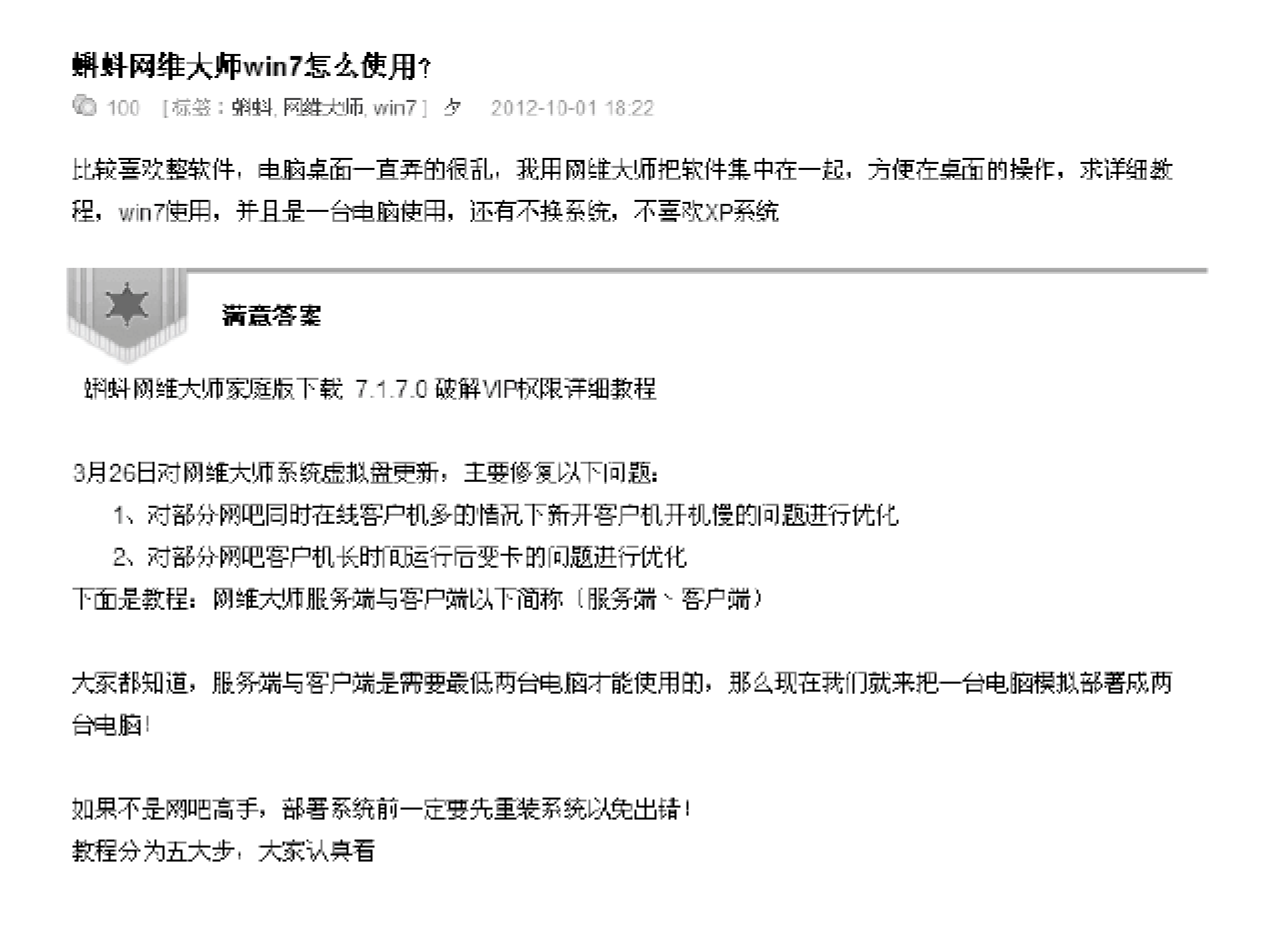
对于刚建设完成的网站，可以在搜索引擎中搜索网站目录、网址目录、分类目录等词语，选择高权重的目录，然后提交上去。一旦网站目录收录成功后，就会建立一个有关键词以及相关介绍的页面，页面类似于百度百科的页面，这样效果就会非常不错。

建设外链，常用的方法之一就是交换友情链接。虽然现在这个方法对于搜索引擎的重要性越来越低了，但是也不是一点作用都没有。建议在交换链接之前，评估一下对方网站的收录量、快照日期、PR 值、外部链接个数、内容相关度等这些方面的东西。然后，再综合考虑这个网站值不值得去交换。

3. 论坛与百度知道

百度知道、贴吧、搜搜问问、天涯等这些地方的权重是非常高的，用合适的方法，有效利用这些地方同样会为网站带来流量。但是，这些问答社区是不允许发布广告和网站链接的。不过，当提供的资源够力量、有用的前提下，对社区有贡献，这样的内容那些版主也会“睁一只眼，闭一只眼”的。

例如，如下图是搜搜问问的一个问题页，“蝌蚪网维大师”通过这样的方式，做了很好的榜样。



4. 建立博客

在新浪、搜狐等网站建立博客，在文章中加入网站的地址，再及时更新，就能达到外链的目的，并且不用担心会像论坛似的被版主删除了。如果能够同其他博主互相引用链接，长久下去效果也是不错的。

例如，如下图所示是“衡阳佳盛装饰”的博文截图，在文章中就可以看到其他网站的地址。这个方法，值得借鉴。



5. 发表原创文章

在转载量相当大的网站，发布自己原创的文章，并且留下原创网址，也不失为一个办法。

例如，A5 网站，一篇好的文章可被转载上百次，这相当于为网站做了上百个外链的效果，如下图所示，是该网站中一篇名为“让百度最快收录的你网站秘籍公布”的文章，其查看数就有 10357 之多。



6. 向其他网站寻求链接

寻求链接，很多时候不是一件容易的事，跟向别人借钱似的。建议联系与同行业网站或者服务客服联系，如果网站够正规，内容够丰富，对方还是愿意给一个外部链接的。同时，也可以找一些内容相似的网站，去跟这些网站进行交流合作。

7. 提供免费有用的服务

如果懂程序，做一些有趣、实用的网页程序，记得在页面下方留下返回首页按钮；如果不懂程序，去网上搜一些源码，例如：塔罗牌、计算体重等等，这些内容同样可以为网站带来流量的，很多人愿意在自己的博客、空间、个人社区分享地址的。尤其是在节日期间，将祝福类或者整蛊类的网页小游戏发到 QQ 群或者社区，会有爆炸性的传播趋势。

如下图所示，是中国电信北京公司的网站。



8. 充分利用百科类网站

百度百科、维基百科等百科类网站，都是权重度较高的网站。因为要在百科类网站中立足，需要强有力的方案和比较好的网站才行，查找与行业相关的条目，在其外链部分加上自己的相关链接，建议多试试，还是会有比较大的成功几率的。

例如，如下图所示，是某一百度百科用户编辑的词条，其中就有“上海勤拙网络科技有限公司”这样的词条名称。



9. 购买链接

搜索引擎没有出现之前，互联网上就出现了购买文字或图片广告链接的行为，这是一种最原始的网站推广方式。以 Google 为代表的第二代基于链接分析的网页搜索引擎出现后，有人通过购买大量高 PR 网站的外链，使自己的网站排名能在短时期内获得提升。搜索引擎非常不欢迎这种行为，因为这有悖网站排名的公平性，一旦那些有链接买卖的网站被发现，搜索引擎会对其做相应惩罚，诸如降权或者从其数据库中删除网站数据等。

其实，合理的购买链接是可以避免被搜索引擎的惩罚的。在购买链接的过程中请注意以下建议：

- 如果一定要购买外链时，一定要避免那些经常被判断为买卖链接的特征。例如，链接周围的广告赞助等字样;
- 购买的链接应该来自专业权威站点;
- 购买链接的网站应该具有独特原创内容并且经常有内容更新;
- 注重链接质量，而不是数量;
- 购买链接应该是一种阶段性规划行为，不可在短时间内为网站购买大量链接。

8.4.3 提高网页权重

1. 为什么要提高网页权重

假如，把外部链接看作是一种投票的机制。搜索引擎是这样来计票的，如果网站 A 的某一页面有指向网站 B 某一页面的链接，每一个链接就是一票。这也就意味着，网站 A 的是信任网站 B 的这个页面的。页面的外部链接权重，搜索引擎就是根据这样的链接投票来统计出来的。

- 得到外部链接投票越多的页面，外部链接的权重就越高，同等条件下的关键词排名就越靠前。
- 得到外部链接投票越少的页面，外部链接的权重就越低。同等条件下的关键词排名就越靠后。

总之，目前的搜索引擎都将外部链接的权重作为主要的关键词算法之一，这样外部链接就起着提高网页权重，提升关键词排名的作用。

2. 如何提升网页权重？

如何提升网页权重？如果能处理好这个问题，那么页面长尾关键词排名会有一个质的提升，网站整体流量也会有明显增加。提升网页权重，究竟该怎样做呢？

（1）必须抓住时机

页面中的关键词与百度风云榜如下图所示，相关搜索非常接近时，从页面角度来说，搜索引擎会给高分，因为时效性上赢得了先机。



（2）页面要做到不可替代

古人有云：物以稀为贵。从搜索引擎的角度来说，如果文章是唯一、有价值的、不可被取代的，那么搜索引擎就会给这个页面最高权重。

（3）页面包含的资源必须丰富

通过配图、版式、交互功能、用户分享按钮的添加等手段，让页面的内容尽可能地丰富起来。因为想要在网络大军中立于不败之地，好的用户体验和丰富的内容是必不可少的。

（4）吸引用户单击增加 PV

网页的点击率高，PV 就会比较多，搜索引擎会根据这点来判定页面对用户是否重要。

8.5 注意外链优化的误区

优化外链时，常常遇到以下几个常见的误区。

1. 无节制地大量使用外部链接

一个网站的外部导入链接数目越多，其获得搜索引擎排名的胜算也就越大。但是，有时候也会弄巧成拙。当很多网站管理员了解网站外部链接对其站点的搜索引擎排名的作用后，势必会花大量的精力来着手进行自己站点的外部链接建设工作。于是，就经常看到这样的情况，有些网站管理员通过各种手法让一个站点在短时间内获得了大量的外部导入链接，但是事后有些人抱怨说，这种做法并没有让他们的网站获得很好的排名，反倒是以前已经获得的好的关键词排名位次开始下滑，甚至有些网页已经在搜索结果中杳无踪影了。

一个网站的外部链接数目增长应该是自然化的，随着网站的发展，其获得的外部链接数目会呈现阶段性增加。这里给出的建议是，不要在短时间内给网站增加大量的外部链接，这种做法会引起搜索引擎的怀疑，因为搜索引擎会认为这样的做法有悖其排名公正原则。

2. 忽略内部链接的优化

网站外链建设工作是网站管理员必须做的，但是与其他工作相比并不是最重要的，如站点的内容建设。网站外链的增加确实对网站的搜索引擎排名效果起到很显著的效果，但是由于其具有不可操作性，成功的链接互换背后不仅仅有时间和精力投入，同时也存在运气因素。为什么不来投入更多的时间着手自己的网站内容建设工作呢？这里撇开站点内容更新有助于增加网站用户忠诚度的益处不谈，先来分析网站内部链接 SEO 的作用。

与外链相比，网站的内链具有以下特点：

（1）在网页导出指向另一个网页的链接很容易。

（2）合理部署规划让网站中的网页更加具有层次感。网站中哪些网页将会参与关键词的排名，只需从站内其他关联页面上多向其调度一些链接过来。通过网页所获得的站点链接数的多少，搜索引擎很容易识别哪些页面在网站中是重要的；

（3）增加一个网页的内链数目方法很简单，只需要在网站中多建立一些与其内容相关的网页，并将新建的网页内容的关键词链接导入过来即可。

（4）内链的合理使用有助于集中网站内容主题，从而使该主题中的核心关键词在搜索引擎中更加具有排名优势。

（5）站点中的网页间互链有助提高搜索引擎对网站的爬行索引效率。

可见用户应该在自己能做好的事情上做出更多的努力，毕竟优质的外部链接可遇不可求，数目巨大的质量不高的链接对提升网站的搜索引擎排名帮助不会很大，反而会让网站招致搜索引擎的怀疑。

3. 使用软件大量地群发

通过软件群发而获得大量外部链接的做法确实可以在短期内提升一个站点在搜索引擎中的关键词排名。但是这种做法存在极大的风险，一旦被搜索引擎察觉，获得大量外部导入链接的网站将会受到搜索引擎的惩罚。

很多网站开辟了与用户互动的功能（留言板、博客和论坛等），用户可以对网站发布的信息进

行留言评论，SEO 人员通过群发软件可以自动向这些网站群发可以留有规划关键词的链接信息。而这些明显企图通过外链数目提高搜索引擎排名的行为是不道德的，他们发出的评论信息大都没有任何价值。

通过软件群发可以有效提升站点的外部链接数量，但是链接的相关性却很差。由于此做法存在被搜索引擎开除的风险大，所以并不提倡采用软件群发的方式来进行网站外链建设。

8.6 交换链接基础知识

交换链接，是在进行网站交互功能优化过程中常用的方法。通过这一节的内容，将简单了解有关交换链接的相关知识，以及交换链接的意义所在。

8.6.1 什么是交换链接

网站交换链接，又被称作友情链接、互惠链接、互换链接等。网站交换链接，是一种常用的网站推广手段，是具有一定资源互补优势的网站之间的简单合作形式。通过将对方网站的 LOGO 或网站名称放置在自己网站上，并进行链接设置，从而让用户通过合作网站找到自己网站的一种方法。

1. 交换链接的作用

（1）通过和其他网站的交换链接，来吸引更多用户单击访问自己网站。

（2）交换链接是影响网站在搜索引擎排名的因素之一。因为，搜索引擎会根据交换链接的数量以及质量，对网站进行综合评价，然后将其作用于排名。

2. 交换链接的方式

（1）单线链接是指 A 网站单方面链接 B 网站 URL，B 网站的站点并没有链接 A 网站的链接方式。

（2）双线链接是指 A 网站链接 B 网站的 a 站点，并且 B 网站的 a 站点也链接 A 网站 a 站点的一种链接方式。

（3）交叉链接是指 A 网站 a 站点链接 B 网站的 a 站点，而 B 网站用 b 站点同 A 网站 a 站点建立链接的一种链接方式。这里的 a 站点不仅限于某一个站。

3. 交换链接的类型

（1）文字链接

文字链接，是指以某关键字作为标题，并且附带上 url 地址的类型。文字链接的格式如下图所示。

```
<a href=“链接地址”>百度</a>
```

（2）图片链接

图片链接，是指以某图片作为链接目标，并且附带上 url 地址的类型。图片一般采用网站 LOGO。关于图片链接的格式如下图所示。

```
<a href=“链接地址”><img src=“图片地址”></a>
```

8.6.2　交换链接的意义

对交换链接经过仔细分析发现，之所以高质量的链接如此受到重视，是因为这些高质量的外部链接能给网站带来大量的网络蜘蛛在网站爬行，从而实现对网站的收录和排名功能，这一过程能够发挥出超乎想象的作用。

1. 提高网站的流量

通过交换友情链接，提高网站流量，这个所带来的流量几乎是可以忽略不计了。以为交换友情链接是为了增加流量，对于还在这样认为的人，这里提醒一下。

2. 提高网站的知名度

如果能获得国家级网站，如新华网、人民网等，以及 PR 值达到 7 的著名网址导航站，如 hao123、265、万能导航网等的交换链接或者好的推荐，就能提高网站的知名度。因为增加了用户的信任度，有利于网站知名度的提高。

若一个不知名的新站能与新浪、搜狐、Yahoo、网易、腾讯、3G 网址大全等网站做上链接的话，那肯定对其知名度及品牌形象是一个极大的提升。

3. 交换友情链接可以提升网站的 PR 值

提升网站的 PR 值，这是交换友情链接最根本目的之所在，因为，PR 值是 Google 对网站整体质量高低的一种综合性评定的结果。对于 PR 值是目前网站权重的一个重要标志，当然还要参考别的一些综合方面的因素。目前 PR 值的评定已经从单一的外联转向了对网站的综合评定，最主要的标志是通过“基数+变数”的模式来进行，“基数”指的是网站的综合评定真实实力，“变数”同导出的外联有关，但是发挥作用的最主要的还是“基数”。

另外，对于网站无度的滥用 SEO 技术等措施，从而影响搜索引擎排名的公平公正性，Google 也给出了惩罚措施，这就是现在 SEOer 比较注重 PR 值的原因。

4. 提高关键字排名

交换友情链接所能带来的关键字排名提高，也就意味着如果做好了交换链接，同样是在给关键字排名“铺路”。

5. 提高网站权重

因为只有网站权重高，搜索引擎才会相对更加地重视该站点。所以，如果可能，应尽量做好交换链接。

以上 5 点是交换链接的意义，除此之外还有以下几点作用。

（1）友情链接平台为站长交换及交易链接提供一个集中、高效的好平台。

（2）对新站的排名和收录有一定的作用。因为所增加的外链在其发布后，本身就属于一单向链接。

（3）查缺补漏。站长可以通过友情链接平台所提供的参数查找网站的优势和不足之处，从而对网站进行高效、合理优化。

（4）附加功能。虽然为网站带来流量的程度有大有小，但还是能为网站带来不同程度大小的流量。

总之，高质量的外部链接能带来一定的品牌效应，让网站在某一群体中获得一定的信任感；高质量的外部链接也是对网站内容一次有效的扩展，可让网站拥有更好的用户体验；高质量的外部链接因为其权威性能带来高的评价，可大大提升网站的 PR 值；高质量的外部链接能给你带来意外的收获，那就是抽投入少许的流量；高质量的外部链接最终会带给网站在搜索引擎中的权重，让你的网站靠自身的能力获取更多的用户。

8.7 案例 1——学习新浪网的链接优化

新浪网作为用户网站是成功的。下面通过对新浪网内部链接的系统介绍，帮助读者在以后的搜索引擎优化工作中，对自己的站点能够进行更好地完善。

8.7.1 扁平的树形网状结构

网站内部链接的优化，涉及很多方面，首先最重要的是应该有一个百度推荐的网站结构——扁平的树形网状结构；其次是要对导航页面进行规划，为访问用户提供更好的体验；然后要充分考虑到链接之间的相关性；最后要对死链接、错误页面进行清理，保障网站内部链接的正确性。网站应该是一个网状结构：网站上的每个页面都应该有指向上、下级网页以及相关内容的链接；首页有到频道页的链接，频道页有到首页和普通内容页的链接、普通内容页有到上级频道以及首页的链接，内容相关性的网页之间相互有链接等，这里看一下，新浪网具体是怎么操作的。

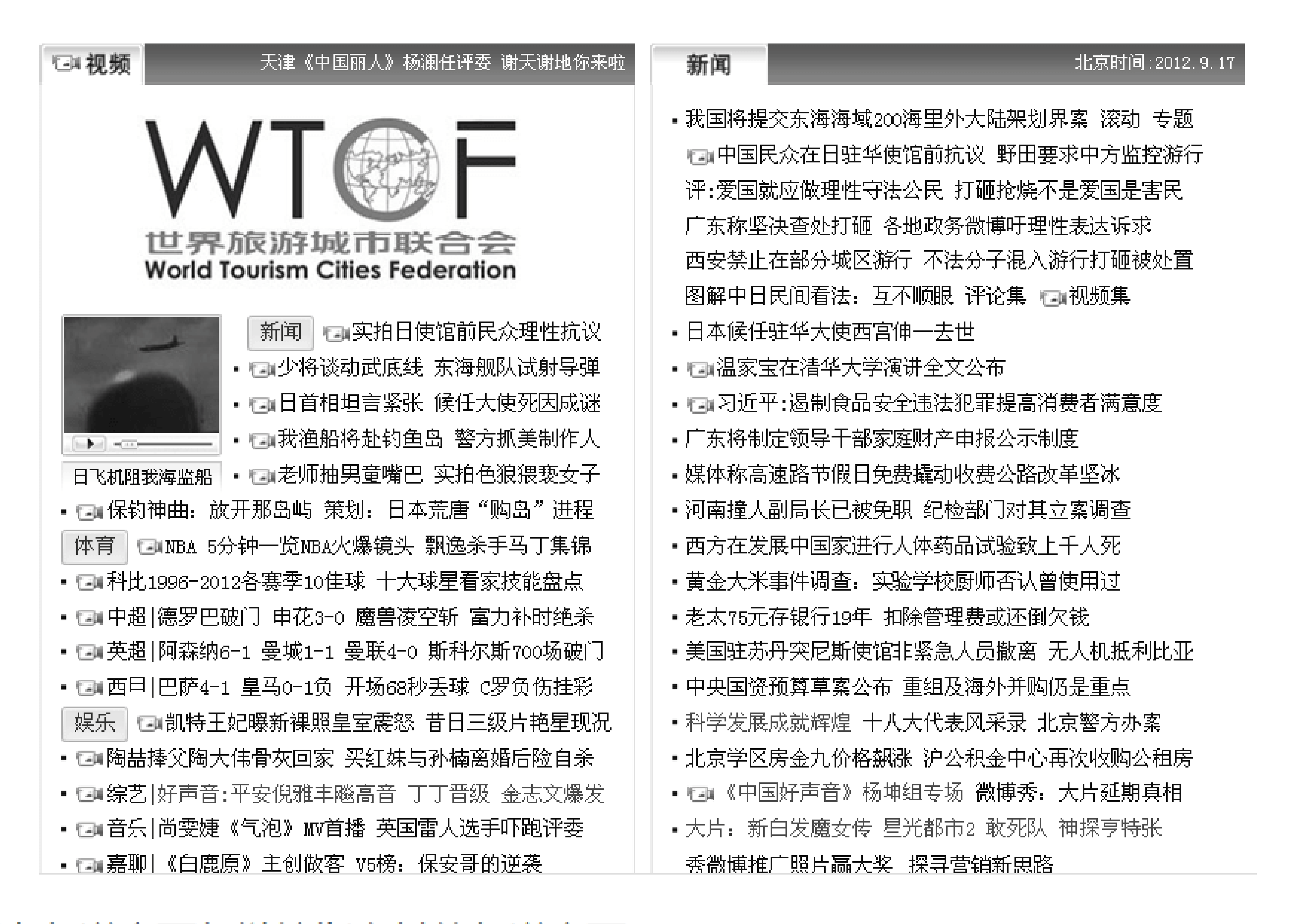
1. 主页链接指向所有的频道主页

新浪首页都有指向各个二级频道的链接，也包括子域名和子栏目的。如下图所示，是首页中“新闻”的二级频道。



2. 主页链接指向主推的特殊内容页

新浪首页中最新的内容页链接是最多的，95%以上的首页链接被其所占据。各栏目最新的、最重要的页面都可以在主页上找到的。如下图所示，是“视频”、“新闻”最新的、最重要的页面链接。



3. 所有频道主页都链接指向其他频道主页

以新浪新闻的首页为例，其页面上包括有新浪财经、新浪科技、新浪体育、新浪汽车等二级频道的相关链接。如下图所示，是首页中包含的新浪体育二级频道的相关链接。



4. 频道主页都链接指向网站主页

以新浪科技首页为例，其页面中很明显链接着新浪首页 。如下图所示，在左上角的框选的位置链接的就是新浪首页。



5. 频道主页也链接指向属于自己本身频道内容页

以新浪娱乐首页为例，其页面中就链接着娱乐频道下的最热的、最新的页面。如下图所示，是链接的效果。



6. 频道主页一般不链接指向属于其他频道的内容页

除非内容相关性非常高，或者是网站首页链接等同于其他频道主页链接、本频道内容页链接的形式，频道主页不出现其他频道的内容页链接，新浪也是这样做的。

7. 所有内容页都链接指向网站主页

指向新浪首页的链接，可以在新浪的任何一个内容页中找到。如下图所示，是一内容页指向新浪首页的链接。



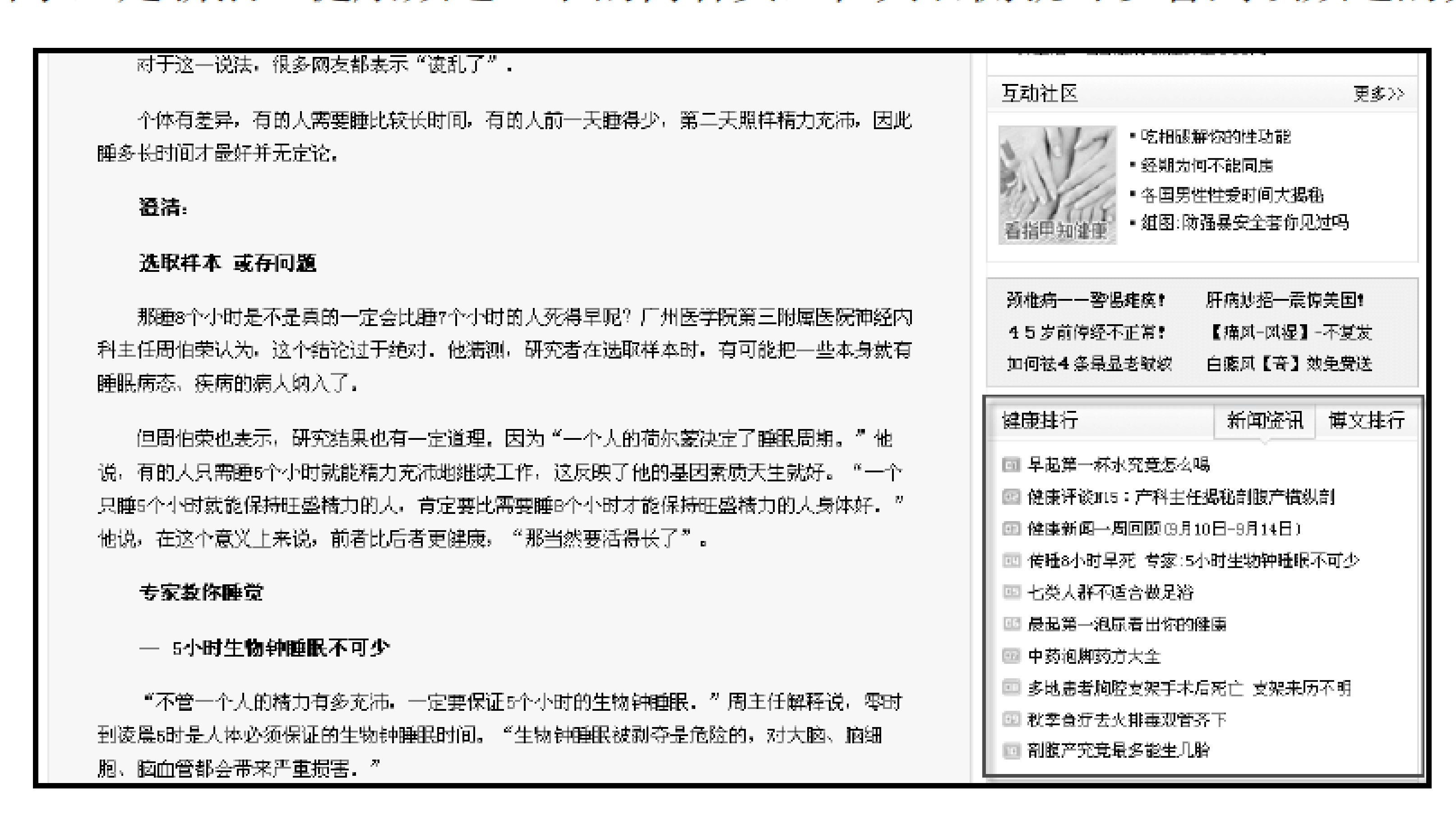
8. 所有内容页都链接指向自己的上一级频道主页

对于内容页，最好的优化操作是要有链接指向网站首页，同时还要有链接指向自己上一级频道。在新浪中，如下图所示的名为“全国铁路动车网上售票尚未实现选票功能”的新闻属于新浪新闻频道中的国内新闻，查看页面，该页面的链接指向“新浪首页”、“新浪新闻首页”、“新浪新闻国内新闻首页”等页面。



9. 内容页可以链接指向一个频道的其他内容页

如下图所示，是新浪“健康频道”下的内容页，在其右侧就可以看到该频道的其他内容页。



10. 内容页一般不链接指向其他频道的内容页

以新浪新闻的内容页为例，几乎没有链接指向新浪视频栏目下的内容页。

11. 内容页在某些情况下，可以用适当的关键词链接指向其他频道的内容页

以新浪中新闻名为“全国座席号统一动车”的内容页为例，在其下方就有“相关新闻”这样的一个区域，用来罗列与该条新闻关键词相同的其他的内容页，如下图所示。



8.7.2 网站导航的规划与部署

在了解了扁平的树型网状结构的相关内容后，接下来通过新浪的网站导航的规则与部署的相关内容进行进一步了解。实现网站导航的规划与部署，概括其方法，新浪主要用了以下几点。

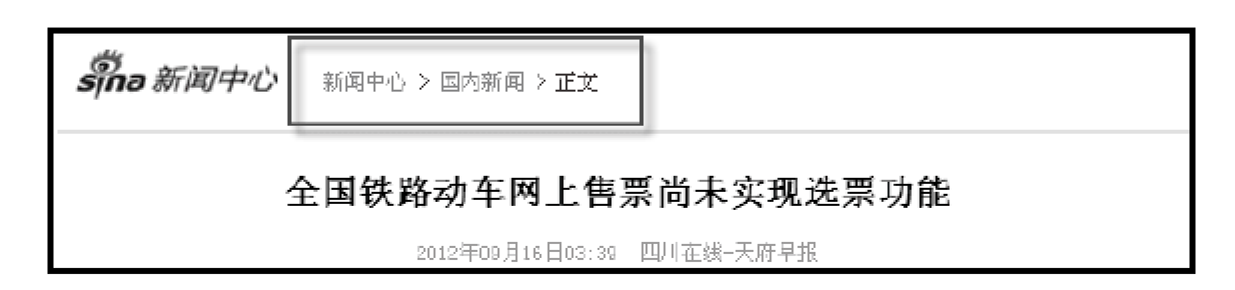
1. 每个页面都应该有导航

网站的每一个页面都加上导航条，方便搜索引擎对网页在网站结构中的层次进行定位。同时，让用户返回频道和网站首页更加地便捷。如图所示，是新浪网网站整体导航的截图，在这里都可以有返回到首页和频道的链接。



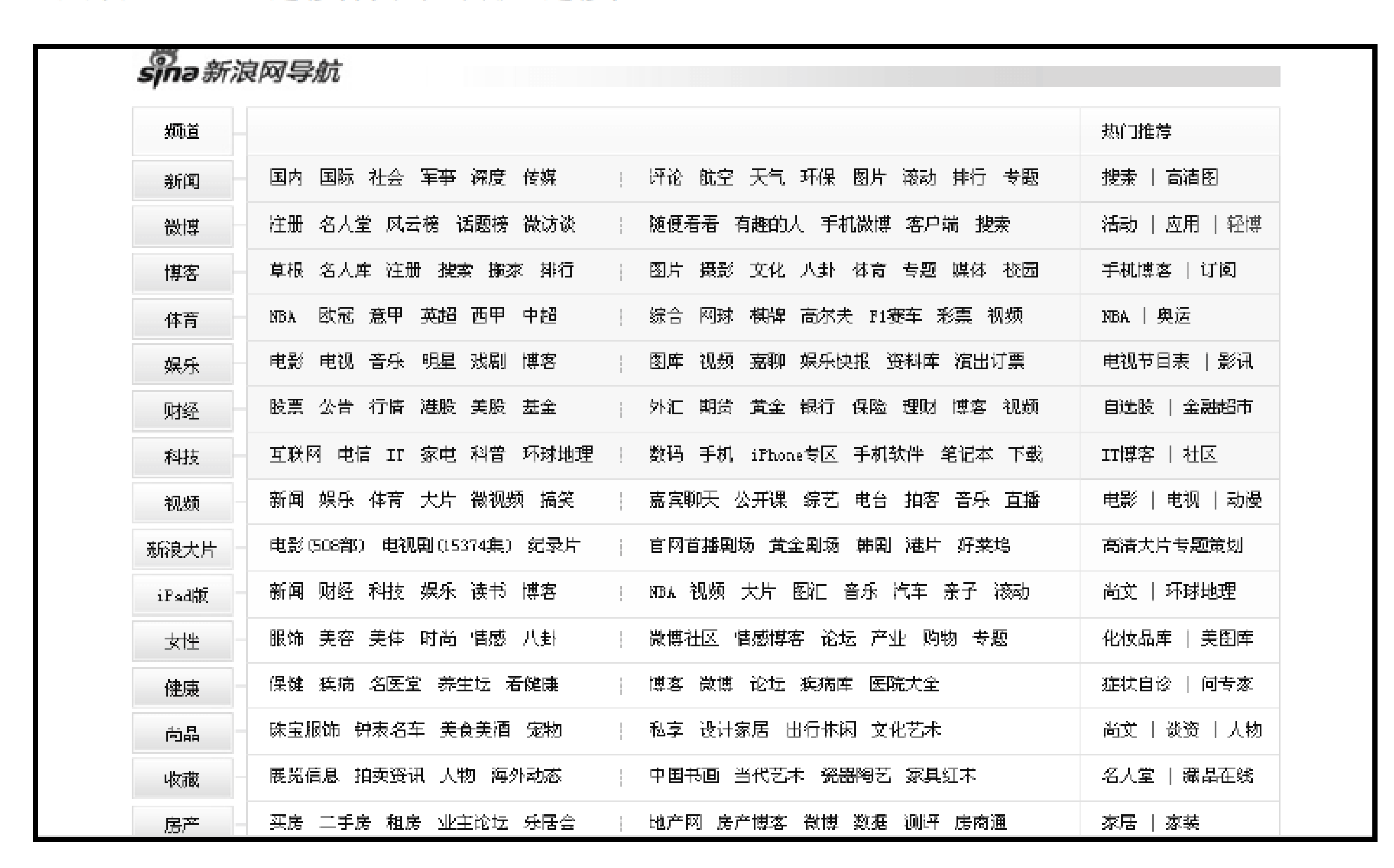
2. 为用户提供“面包屑导航”

网站建设和 SEO 中，面包屑导航的作用就是告诉访问者他们目前在网站中的位置以及如何返回。例如，新浪网中新闻频道的内容页中，新闻标题的上方，就添加了面包屑导航，如下图所示。



3. 使用搜索引擎能读懂的导航链接

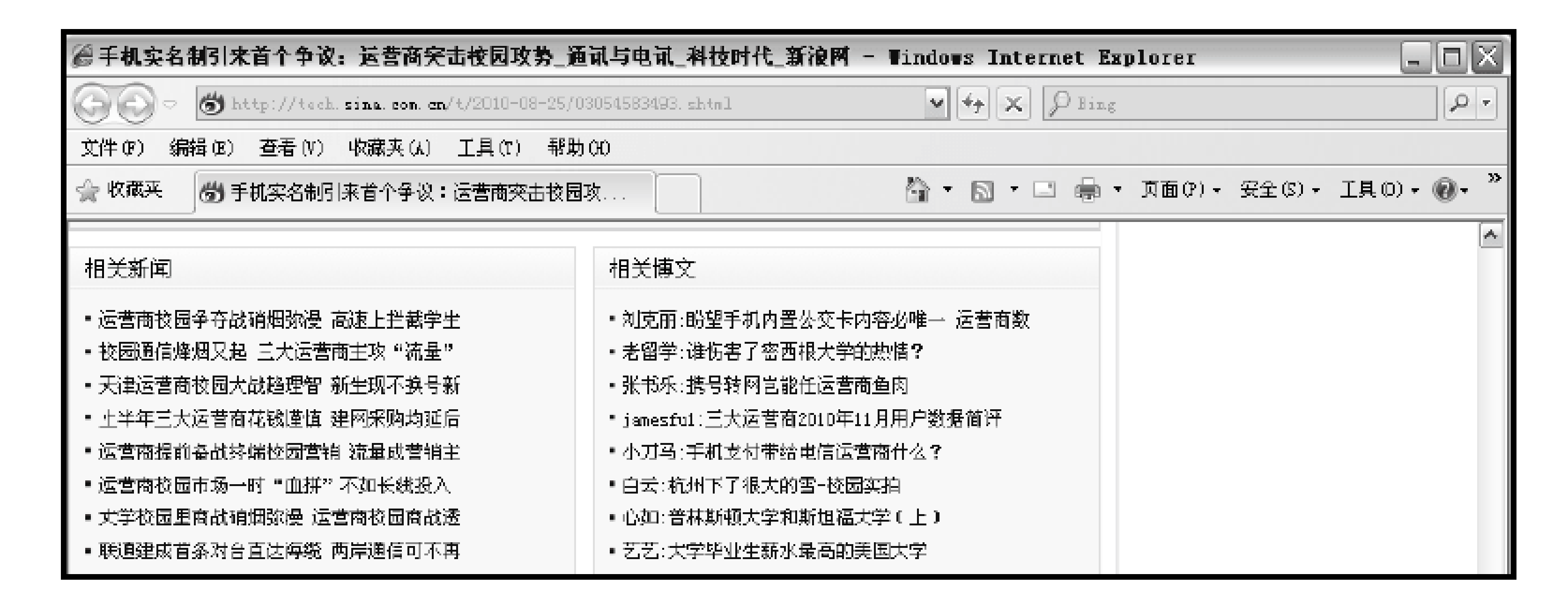
使用文字链接，并将其应用在网站的导航中，如下图所示是新浪网的导航链接。个人不建议使用复杂的 JS 或者 Flash 链接作为导航链接。



8.7.3　用链接相关性提高用户体验

在文章内容页，特别地列出与其相关的文章，某个栏目最受欢迎的文章，上一篇、下一篇文章等都属于相关链接，这些都是提高用户体验的方式和方法。适当的在网站内部链接中加上相关性链接，不仅能增加用户的粘性，还可以同时增加网站的流量。

如下图所示，是一名为“手机实名制引来首个争议：运营商突击校园攻势”的新闻内容页，在该页面的下方，分别给出了“相关新闻”和“相关博文”这样的相关性链接。



8.7.4 死链接与错误页面

指向已经不存在的页面链接，一般也就会成为死链接。默认情况下，访问似链接页面，服务器会返回“404 错误页面”，提示没有找到相关内容。网站死链接，在优化过程中是一定要去避免的，但往往事与愿违，不一定尽如人意的。在出现死链接的情况下，可通过用自定义错误页面留住用户和用 301 重定向转跳 URL 的方法来进行弥补。如下图所示，是“新浪微博”的错误页面。



8.8 案例 2——使用工具检查网站的内部链接

“大站靠内链，小站靠外链”，这句话总结了不同类型站点，概括其不同链接的着重点所不同的地方。内链承担着大型网站的优化任务，技术手段尤其需要熟悉。如何查看网站的内部链接指向情况？如何找出网站中的死链接？有很多好用的工具可以解决这个问题，内部链接检查器和 Google 网站管理员工具，都是内部链接的有力工具。

8.8.1 Google 网站管理员工具

Google 的“网站管理员工具”，是非常强大的，如果能够熟练地使用它，网站将会得到不少的提升，这不仅限于 Google 优化，还有对其它搜索引擎优化的。此工具，可以获取 Google 蜘蛛关于抓取、编入索引和搜索流量的数据，接收关于网站上所存在问题的通知。

输入 https://www.google.com/webmasters/tools/home?hl=zh-CN 打开此工具，进入如下图所示的登录页面。



在登录页面中可以根据提示进行注册，如果已经注册了输入注册时的“电子邮件”和“密码”，单击“登录”按钮，进入网站站长工具。通过单击页面右侧的“添加网站”按钮，打开如下图所示的“添加网站”对话框。在文本框中输入要管理的网站地址。



在“添加网站”对话框中，单击“继续”按钮进行网站的添加，并开始该网站的验证操作。单击如下图所示界面中的“验证此网站”链接，进行网站的验证。



根据打开的如下图所示“验证所有权”对话框，完成界面中所列的相关要求，单击“验证”按钮，完成网站所有权的验证。



验证完成之后，可以开始对该网站着手进行管理。除了日常维护、管理网站的相关功能之外，Google 还提供了如下图所示的“其他资源”功能，可以进一步加强网站的优化。



8.8.2 内部链接检查器

除了 Google 的网站管理员工具，“中国站长”网站的内部链接检查器也是一个不错的内部链接检测工具。假设网站管理员工具是对整个网站的一个全面统计，那么内部链接检查器所检查的就是单个页面的内部链接。下面，具体介绍内部链接检查器的使用方法。

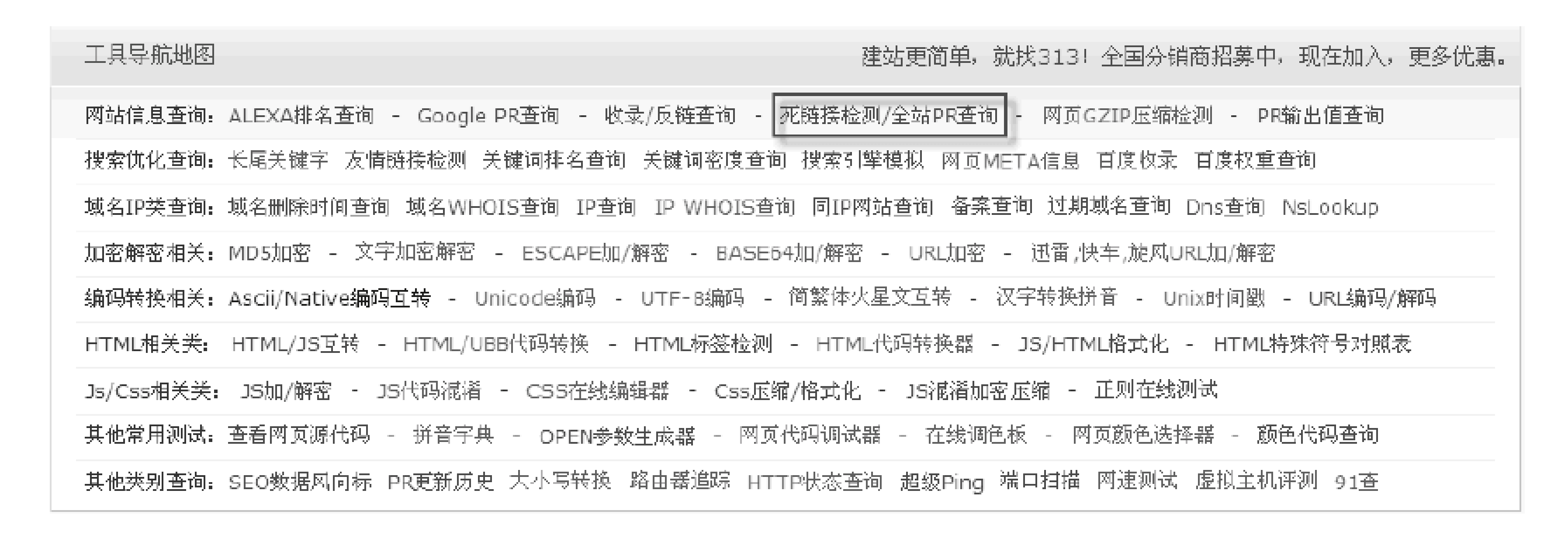
1. 登录

打开中国站长站的“站长工具”页面，网址为 http://tool.chinaz.com/，登录后如下图所示。



2. 选择功能

对网站进行内部链接检测，可选择执行其中的“死链接检测/全部 PR 查询”选项，如下图所示。



3. 输入要分析的地址

选择检测死链接功能选项后，在打开的如图所示页面中，输入要进行内部链接检测的网址，这里以 www.126.com 网址为例，对其进行内部链接检测。单击“显示链接”按钮。

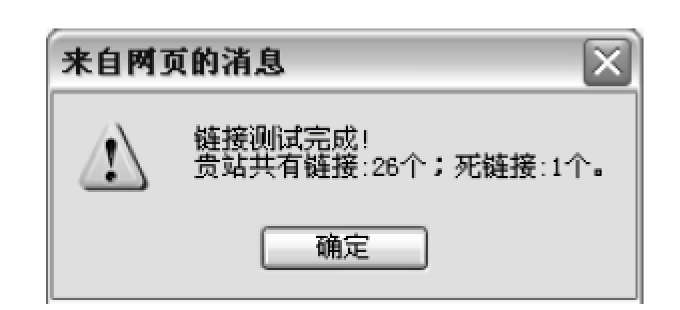


4. 执行内部链接分析

通过执行如下图所示的“显示链接”按钮，将显示网站的内部链接。执行如下图所示中的“开始执行”命令按钮，对内部链接进行分析。



分析完成后，系统将给出如下图所示的对话框，通告对内部链接的检测结果。单击“确定”按钮。



5. 查看链接结果

在如下图所示的页面中，单击“查看死链接”命令按钮，可查看其具体的链接地址。



可单击如下图中的“查看全部”命令按钮，查看全部的内部链接。



8.9 案例 3——分析网站的内部链接优化策略

本章通过“藏锋者”网站的内部链接规划和设计案例来详细了解如何操作内部链接，才是最好的搜索引擎优化效果。

8.9.1　导航位置和内容规划

对中小型网站来说，导航的规划可以相对简单些，通过自己开辟导航位置对用户进行引导，是一种方法。

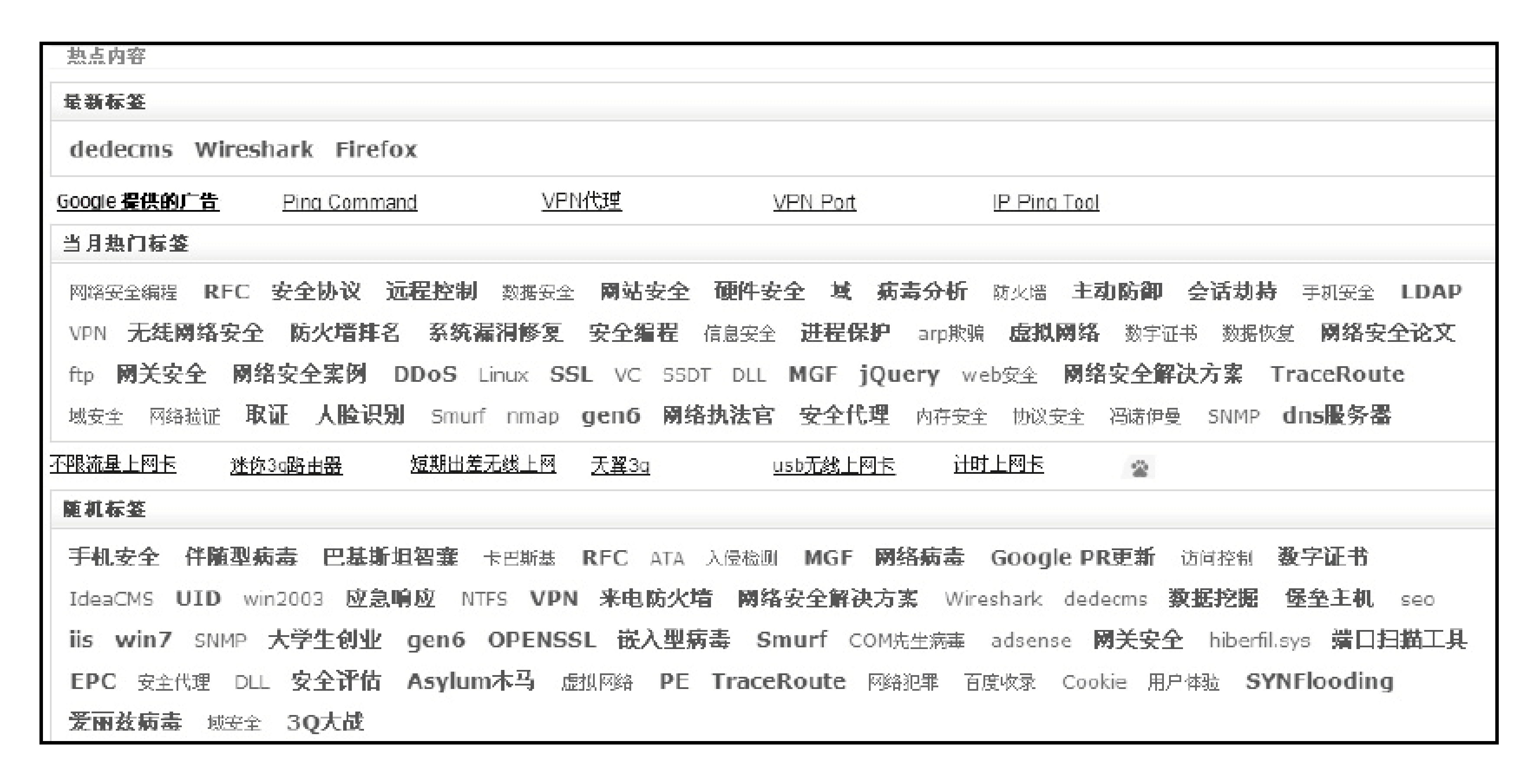
（1）开辟导航位置

首先来看网站的导航，如下图所示，是采用 CMS 系统自带导航的效果。

主页　网络安全　网络创业　物联网　云计算　人工智能　数据挖掘　杂谈　书籍作品　资源下载　在线书店　技术交流
搜索　网络安全编程　RFC　安全协议　远程控制　数据安全　网站安全　硬件安全　域

当前主流 CMS 的导航位置可以分成整站导航、栏目导航和内容导航，在对导航进行设计时，“藏锋者”网站是这样来进行的。整站导航，采用系统自带的导航，因为导航条容量不够，在所有页面的上方增加了一个整站导航功能。

再观察网站，没有将整站导航放置在所有页面的底部，在当前栏目的所有页面中为栏目导航开辟出了新的位置。如下图所示，就是其中的一种形式。



（2）整站导航

网站所有页面的顶部增加的整站导航功能，放置的是主推的一、二级关键词。以“藏锋者”创业网为例，在顶部整站导航中放置的是有明确分类的全站二级主关键词的相关链接。

（3）栏目导航

页面右侧开辟出栏目导航，网站对三级关键词进行了填充。网站中，在栏目右侧的导航位置

中按照当前栏目的内容，将主推的三级关键词放上去了，如下图所示。

热点关注
- 百度移动建站页面优化指南
- 织梦自动审核、更新插件
- dedecms5.7 文章页调用
- 《Google搜索质量评分指
- dedecms关键词维护中链
- clear.bat具体代码和说明
- win2003服务自动优化批
- 网络安全之电子商务交易的
- IC卡与PKI
- 交叉认证
- PKI架构
- 流量点金：教你充分挖掘流
- 虚拟化技术对全球网络环境
- 光驱或步软驱后尘 退出舞
- 谷歌人为操纵搜索结果？谷

（4）内容导航

CMS 系统中的面包屑导航，被用于“藏锋者”网站的内容页面的标题上方，作为导航链接。如下图所示。

当前位置：主页 > 物联网 >

物联网创业有哪些好的切入点

发表时间：2012-02-25 10:58 访问者：209 个

8.9.2 网站地图设计

即使网站导航规划得非常好，也可能存在遗漏，而且导航功能和布局毕竟有限，网站地图可以单独建设成一个内容丰富的网站布局规划，进而对网站导航进行补充，这时就可以设计一个网站地图将其添加到网站中。

8.9.3 内容页内部链接规划

从用户体验的角度来看，内容页的内部链接规划很重要。主要可通过以下几步来完成。

（1）相关文章规划

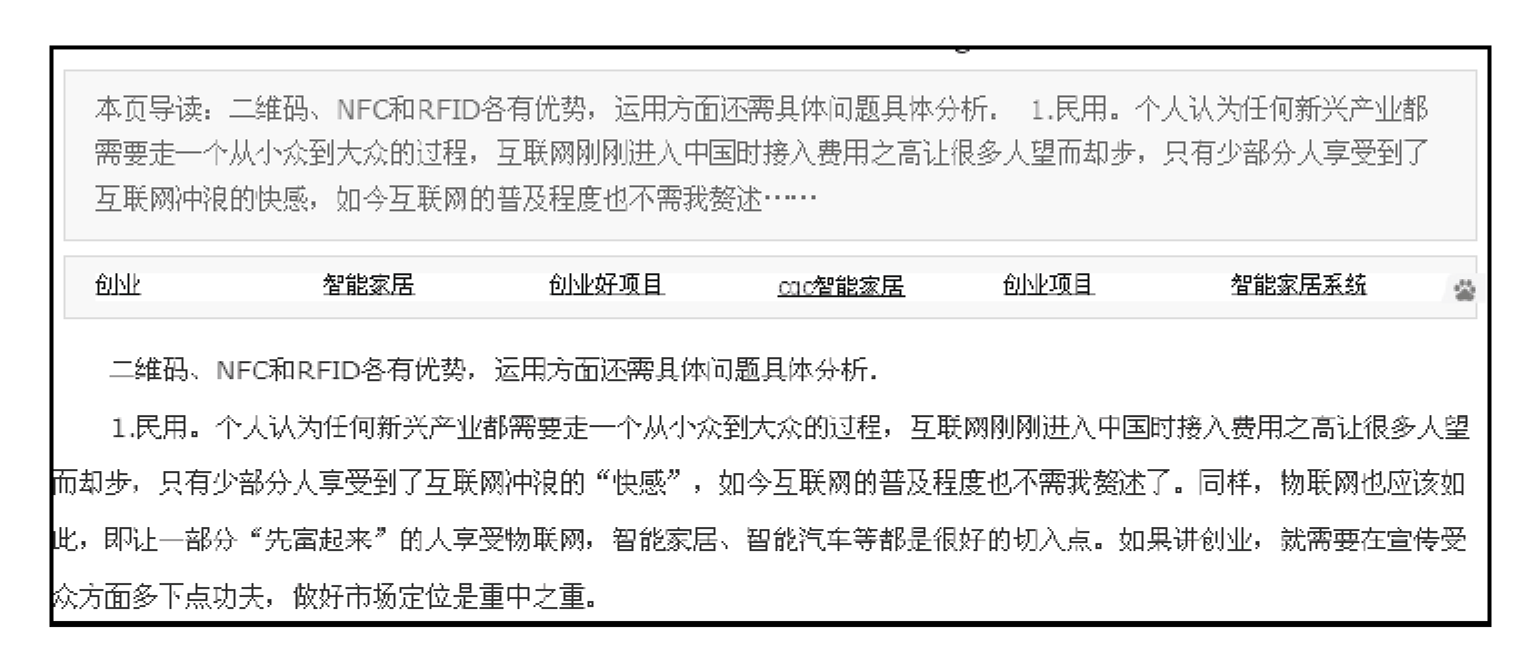
以“藏锋者”网站为例，这里有一篇名为“物联网创业有哪些好的切入点”这样一个内容页，用户访问该内容页的时候，在该文章页中列出了“相关文章”，如下图所示。



（2）关键词指向链接

要想很有效地使用"相关文章"这样的内容罗列，对关键词要有一个要求非常高的概括、归纳，然后才能将关键词指向链接。

在网站开启了正文中的关键词指向的功能。如果读者浏览内容时，在相应的关键词下会出现链接指向，单击该关键词，就可查看相关内容了，如下图所示。



（3）其他内容页内部链接规划的取舍

"热门文章"功能在很多的网站都能看到。这是本着有可能会需要被其他人高度关注的内容，去设计与制作的功能模块其实，如果内容页的"相关文章"如下图所示和"关键词链接"设计足够到位，可以考虑删除此功能。



8.10 案例 4——选择优秀的外部链接

外部链接，有纯文本、链接、锚文本等多种形式。判断一个外部链接是否优秀，可以从外部链接的页面是否相关、外部链接的网站是否健康、外部链接数量增加的是否自然等方面来判断。

下面具体给出判断优秀外部链接的几个标准。

1. 外部链接应该存在于有相关性的网页之间

无论对搜索引擎或用户，启动外部链接页面和投票通过外部链接投票的 web 页面，应该是密切相关的。例如，同样是链接，如果外部链接的相关性高，那么获得的浏览者的是目标客户，以及用户的针对性上，肯定是相关性高的外链要好得多，多得多。

2. 提供外部链接的网站应该健康

在进行外部链接的网站中，不应该出现完全无关的、质量低劣、不健康网站。所谓害群之马不可有，就是这个道理。

3. 外部链接的增长方式要自然

即使外链是通过购买的方式，或者别的方式获得的，但反映在页面中一定平稳增长。假如网站突然地增加成千上万个外部链接，会给浏览者带来链接是花钱购买的感觉。

4. 外部链接的锚文本应该多样化

外部链接的锚文本关键词排名是非常有用的。鉴于此种原因的考虑，所以要通过多种方式来优化外部链接的锚文本。例如，一个站点主要是关于电视节目的，是指向主页的锚文本链接，可能会出现显示名称、主持人、电视节目、主要内容等各种各样的文本，而不是统一的程序名。

例如，如下图所示，是 CCTV5 网站的相关节目的链接及主持人的链接形式。



5. 外部链接可能存在于网页的各个位置

外部链接应该存在于网页的每个位置，而不应该只存在于网页的底部。例如，存在于内容区域自发的推荐，或者文本底部的“转移源”等，都是不错的位置之选。仍以中央电视台官网为例，其外部链接在导航中给予了显示，如下图所示的框选部分就是。



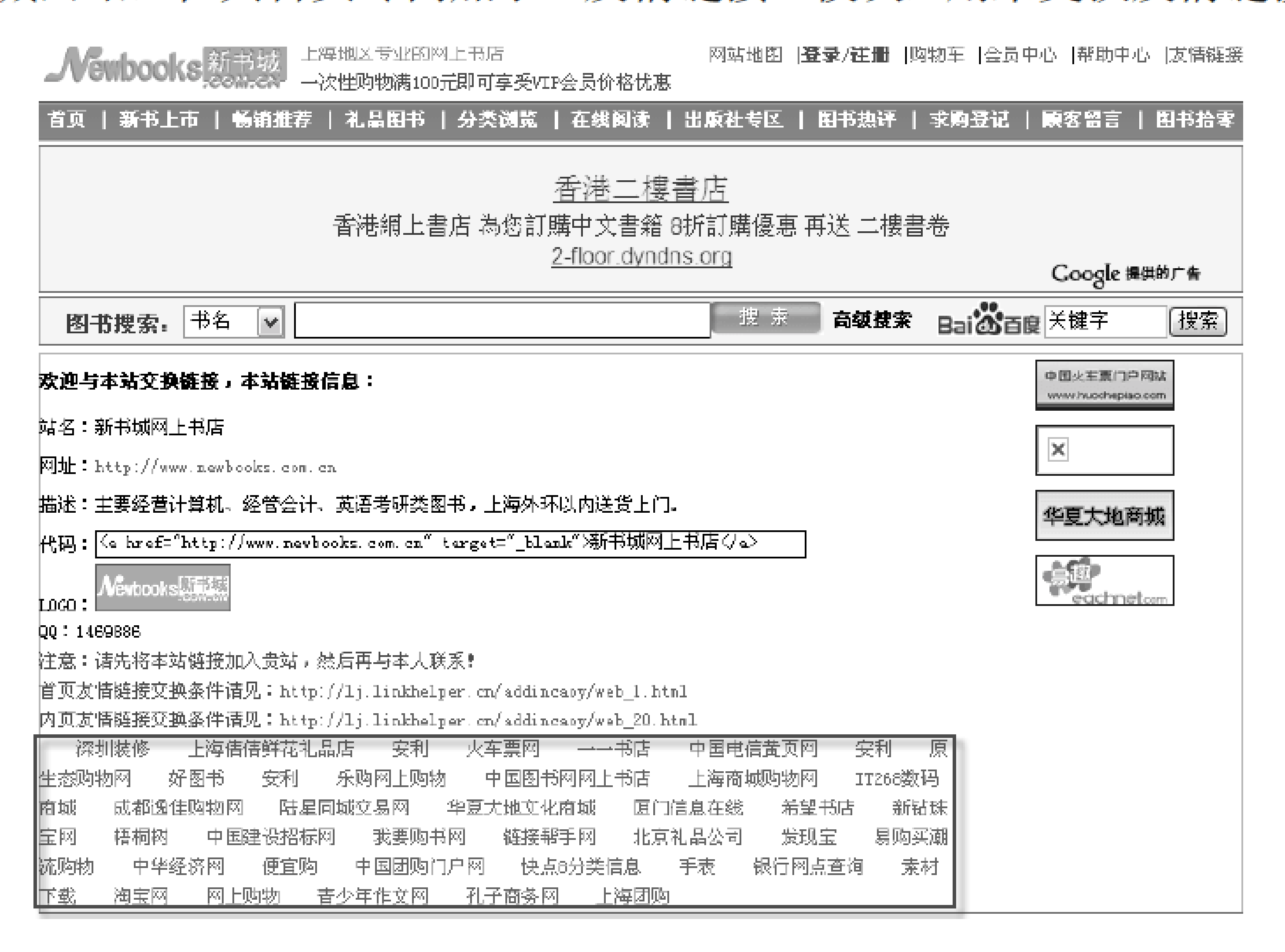
6. 外部链接来自于不同的 IP、不同的站点、不同的页面

如果某个网站的所有外部链接都来源于同一个服务器的其他站点，那搜索引擎或许就会认为这个网站的所有者是同一个人，这样带来的后果，会让搜索引擎降低目标站点的外部链接投票作用。存在于不同的 IP、不同的网站、不同的页面的外部链接，才标志着外部链接是用户自发推荐的。

7. 适当地进行外部链接交换是正常的

因为链接交换，比搜索引擎出现的还要早，所以正常的外部链接交换是被允许存在的。例如，友情链接。虽然现在友情链接的重要性的确是越来越小，但是，其绝对符合网络的本质。正常的友情链接，搜索引擎是不会以作弊来看待的。

例如，新书城网站，在其首页专门加了“友情链接”模块，用来交换友情链接，如下图所示。



8. 外部链接应该指向各种层级的页面

一般，更多地会将外部链接指向网站的首页，这个是比较常用的方法。但是，千万不要把所有的外部链接指向网站首页。可以将 10%~20%的链接指向栏目页或者是内容页，这样才是自然正常的情况。

8.11 案例 5——选择优秀的交换链接标准

交换链接的方法有很多，但是优秀的交换链接标准却并不一定被大家所熟知。在认识了交换链接，以及交换链接的意义后，下面主要介绍优秀交换链接的标准。

8.11.1 查看网站的相关性

这里所指的网站相关性，是指代两个相互交换链接的网站，在主题内容上的关联性。相互交换链接的网站，要么是互补型的，要么是同类型的。如果做到这样，就达到了网站相关性要求。

例如，如下图所示的新浪新闻，通过关键字可以知道这是一个新闻类的网页，所以其所链接的页面几乎是和新闻相关的其他网站。



再进一步观察网站内容，新浪新闻中的国内、外的不同新闻，它所链接的网站中，就有很多同样发布国内外新闻的网站。

此应用实例说明，在交换链接的时候，不要一味地去寻找所谓 PR、权重高的网站，因为这样的交换链接不一定是适合的交换链接。例如：一个做化妆品的网站，如果去和一个网站权重高、PR 高的 NBA 球星网站做链接，结果会怎样呢？这样的交换链接即使成功了，权重不会高，流量传递也很少，投票效果自然是不可能特别好的。或者一个以“Flash 小游戏”为主的网站，不是去同手机、数码相机等几乎没有相关性的网站交换链接，应该优先考虑去同 Flash 或者“小游戏”为主题的这些网站交换链接，这对于自身网站的品牌建设也是有积极作用的。

8.11.2 分析网站的质量

如果同质量高的网站去交换链接，那么交换链接的作用也就会越大的。那么该如何判定网站质量呢？首先从方便、通用的角度出发，结合以下 5 点因素作为评估网站质量的参考，然后才最终决定是否链接此网站。

1. Alexa 排名

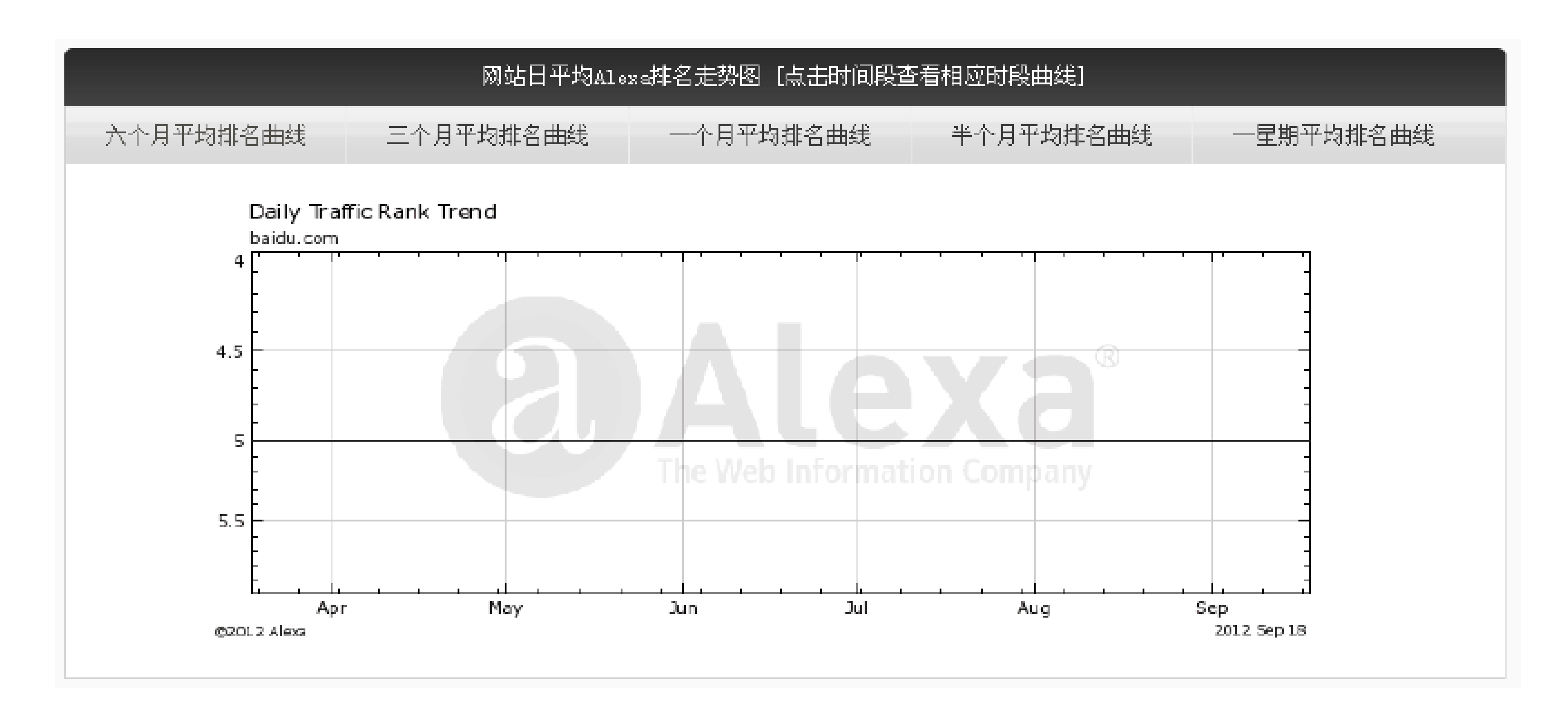
虽然不少网站的排名是通过作弊得来的，但是可以肯定的是排名不好的网站一定是没有流量、没有规模的。很大程度上 Alexa 排名所代表的就是网站的规模。因此，排名越高的网站，越是要链接的网站。例如，如下图所示是关于百度的某一天的 Alexa 排名，其当日期排名为 5。



站点 baidu.com 的全球网站排名查询结果

当日排名	排名变化趋势	一周平均排名	排名变化趋势	一月平均排名	排名变化趋势	三月平均排名	排名变化趋势
5	0	5	0	5	0	5	0

如下图所示是关于百度的 6 个月的平均排名，平均排名为 5。从中可以发现百度的排名，是非常稳定的。通过 Alexa 排名，也就了解了一个网站的实力。有实力就意味着有竞争力，相信每个网站都愿意跟百度交换链接。



2. PR 值

因为 PR 值代表着 Google 几个月更新一次的网站权重。通常情况下，只要对方的 PR 值和自己网站一样或者高于自己的网站，都可以考虑与这些网站进行链接交换的。一般 PR 值 4 以上的站点就很不错了。仍以百度为例，通过查询 PR 值，如下图所示，百度的 PR 为 9，这个就远超 4 了。这个值在国内算高了，新浪、搜弧的 PR 值是 8。

网站 baidu.com 的Google PR值查询

查询地点	当前PR值
64.233.169.19	9
74.125.71.156	9
74.125.153.100	9
64.233.183.152	9

3. 知名度

那些行业中占着主导优势地位的企业，他们的网站知名度也都应该是不会低的。如果能跟知名度高的网站进行链接交换，链接效果自然不会差。

如果是一个媒体类的网站，可以和新浪娱乐频道进行链接，无疑从侧面反映出网站的价值也很高。一起来看看新浪娱乐频道链接的那些网站吧，如下图所示。



4. 网页快照时间

现在，很多 SEOer 将网页快照时间作为判断网站质量的重要标准之一，以此来衡量是否与该网站交换链接。网页快照有一个快照更新时间，如果质量高的网站，其快照更新必定很频繁。反之，质量较低的网站，其快照更新也就相对缓慢。同网页快照更新时间在三天或者一天以内的网站交换链接，这样的链接质量必定高。

2012 年 9 月 21 日查询，如下图所示，新浪网的百度快照日期是 2012 年 9 月 19 日的，也就是说在三天以内，这就可以作为我们链接的选择条件。



站点 sina.com 的服务器信息

Google PR	百度收录数量	百度快照	服务器IP	IP所在地	服务器类型
8	1,380,000	2012-9-19	12.130.132.30	美国	nginx/1.0.14

5. 收录网页数

网页收录数量越多，说明此网站的内容越丰富，质量越高，反之则质量越低。通过这种方法，也可以将其作为评估是否交换链接的标准之一。

下面，通过实例进行具体内容介绍。大家都知道的搜狐网，查询其百度收录数量为 9700 万，如下图所示。



站点 sohu.com 的服务器信息

Google PR	百度收录数量	百度快照	服务器IP	IP所在地	服务器类型
8	97,000,000	2012-9-9	61.135.181.176	北京市	Apache/2.2.4 (Unix) PHP/5.

总之，选择交换链接前，对网站质量进行评估时，要对上述 5 点相关数据进行综合的考量。选择各方面均衡的那些站点，千万不要选单项指示第一，其他 4 点指标很弱的网站进行交换链接。

8.11.3 导出链接数量

把网站输出的权重看作蛋糕，如果根据导出链接的多少来分蛋糕，导出链接越多，每个导出链接分得的蛋糕也就越少。建议如果网站超过 40 个导出链接，不要去同这样的网站交换链接，哪怕该网站的权重再高。

另外，建议对友情链接要每天进行检查。这样可以尽可能地避免对网站的权重和关键词排名的影响。例如，如下图所示，是对搜狐网站做的一个链接查询，根据 Google 搜索结果，然后分析导出链接，也就可以判定导出链接的数量了。



8.11.4　链接伙伴的健康度

因为链接伙伴的健康度，同样关系到网站的自身，并对自身网站有着密不可分的影响。例如，网站的首页中，有指向网站 A 首页的交换链接，然后有 30 个导出链接指向其他网站，那么这 30 个导出链接指向的网站都算是链接伙伴。对于搜索引擎算法来说，其在网站质量的判断标准中，是将链接伙伴的健康度包含在内的。假如这 30 个网站中有一个链接伙伴被搜索引擎认为有作弊行为，并且受到了惩罚，那么同样会影响搜索引擎对这 30 个网站质量的判断。

8.11.5　交换链接的稳定性

因为网站改版、页面布局的改变，都会影响到链接，所以链接有可能会丢失，当然也不排除通过欺骗手段获得的链接，被站长偷偷地删除。这就成了交换链接的不稳定因素。

无论是对搜索引擎，还是对用户，都希望交换链接有好的稳定性，这从另一方面反映出链接存在的时间越长越好。

例如，交换链接的时候，存在着批量交换的情况，如果在短时间内进行批量删除的话，这样的链接不但会对 SEO 的促进效果很小，还有可能会被搜索引擎给当作买卖链接惩罚。

建议交换链接存在的时间长些，这样对于稳定性更好，至少要存在 2~3 个月以上。假如一个友情链接交换期限只有一个月，具体针对这样的友链的处理，建议是不如不交换。

8.12　案例 6——寻找优秀交换链接的方法

在搜索引擎看来，友情链接是相当重要的。因此，网站优化人员会想尽一切办法去寻找优秀的交换链接，所以这一节介绍几种寻找优秀交换链接的方法。

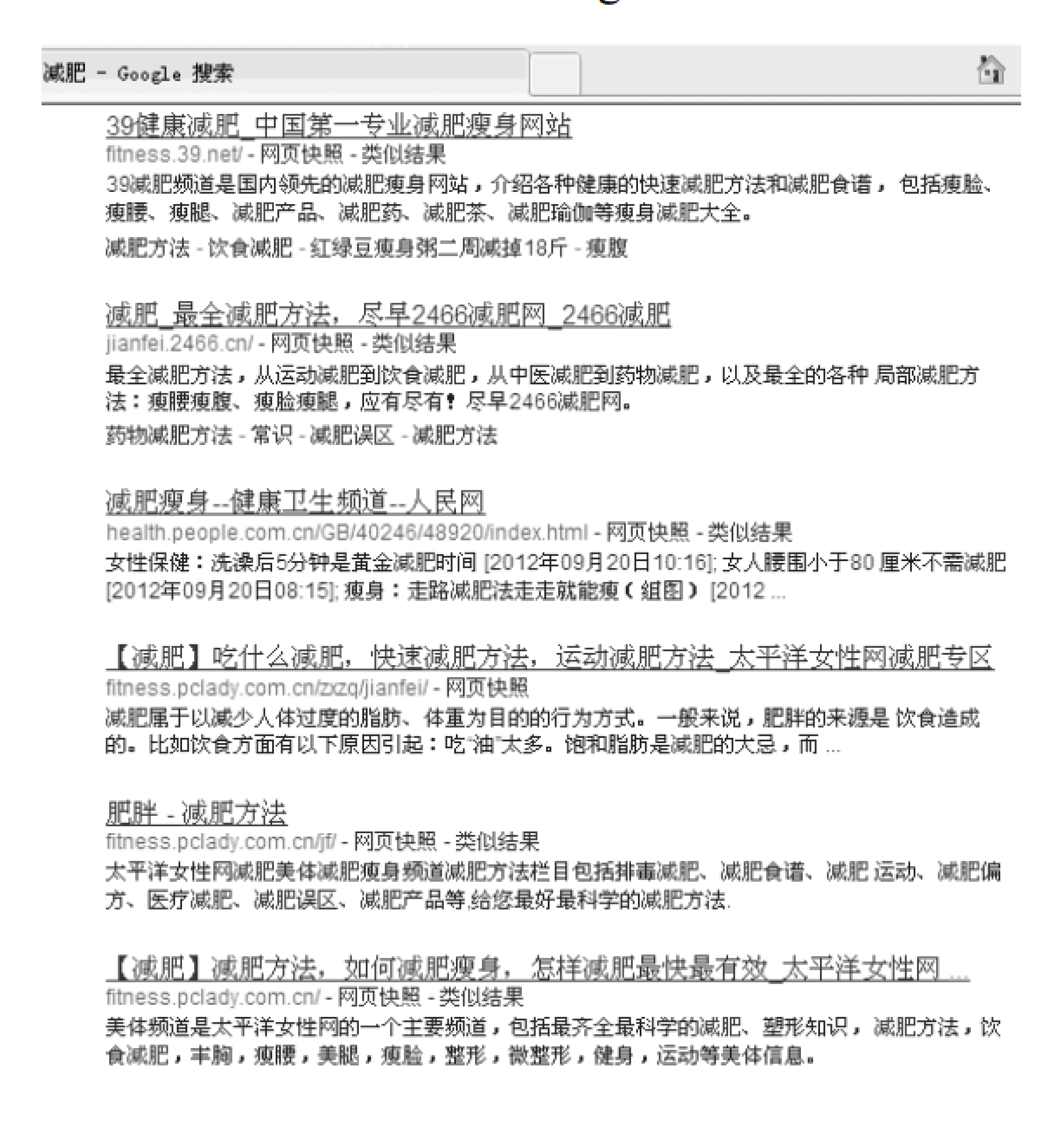
8.12.1　搜索引擎

利用搜索引擎搜索行业相关度高的网站，这就是一个寻找优秀交换链接的好办法。具体可以这样执行：

（1）在百度或者 Google 中输入的关键词，通过搜索结果找到网站。

利用搜索引擎搜索行业相关度高的网站，在百度或者 Google 输入关键词。再根据结果去联系。因为很多网站都需要友情链接，所以要先人一步机会才会再大。

比如，关键词“减肥”，如下图所示就在是 Google 中搜索该词的结果。



（2）主动联系这些网站的站长或者 SEO 外链专员。

通过网站上的联系方式去联系站长或者 SEO 外链专员。然后，在分析竞争对手的友情链接情况的前提下，去联系竞争对手拥有的友情链接的网站。从自身网站的情况出发去分析，就有机会交换到友情链接。

仍以关键词“减肥”为例，打开其中的“39 健康减肥网”，在该网页主页的下方，就有“友情链接”，如下图所示。



（3）尽量做好自己的网站，在百度快照更新、内容收录增加时，主动去寻找。

在寻找友链的同时，继续去做好自己的网站。通过百度快照更新、内容收录增加，用这些有利因素，去主动寻找友情链接。因为很多情况下，具备这些因素的网站不需要主动出击。那么哪个网站先做了，一定会有意外的收获。

打开“39 健康减肥网”的“友情链接”选项之后，这个网站的友情链接还是不错的，专门设立了自助申请页面，如下图所示。通过提交申请，来与对方网站联系友情链接的建立事宜即可。



8.12.2　分类目录与网址导航

通过分类目录与网址导航，去寻找那些优秀的友情链接，这也是寻找优秀友情链接的一种好办法。其具体操作方法可以这样进行。

1. 通过分类目录

以“搜搜分类”目录为例，其中收录的主题 58 个，优秀网站 591 个。如下图所示，在这个页面上可以找一些符合建立友情链接条件的网站。

网站分类目录列表　　58 个主题分类,10个待审站点,共收录 591 个优秀网站

工商企业					
	机械/化工	电子通信	IT/网络	游乐健身	建筑/装饰设计
	医疗	家具/电器	仪器仪表	服装鞋帽	服务/维修
	汽车/电动车	五金/工具	金融	礼品/玩具	美容护理
	工业制品	零售业	农林牧渔	综合其他	
政府教育					
	政府	教育/考试	新闻媒体	出版/发行/印刷	科研技术交流
	军事天地	团体组织			
娱乐休闲					
	论坛	社区/地方生活	导航/友情链接	SEO/信息发布	购物
	体育/证券	交友	影视/音乐	游戏/小说	综合其他
生活服务					
	餐饮住宿	旅游	商务平台	艺术	房产
	搬家	日用家居	人才服务	预定服务	综合其它
网络服务					
	门户名站	网址黄页	网络技术交流	站长资源	友情链接交换
	友情链接出售	交叉链接资源站			

2. 通过网址导航

以 hao123 网站为例，该网站提供了视频、影视等各种类型的网站链接，如下图所示。通过网站中的链接，可以找到想要建立友情链接的网站。

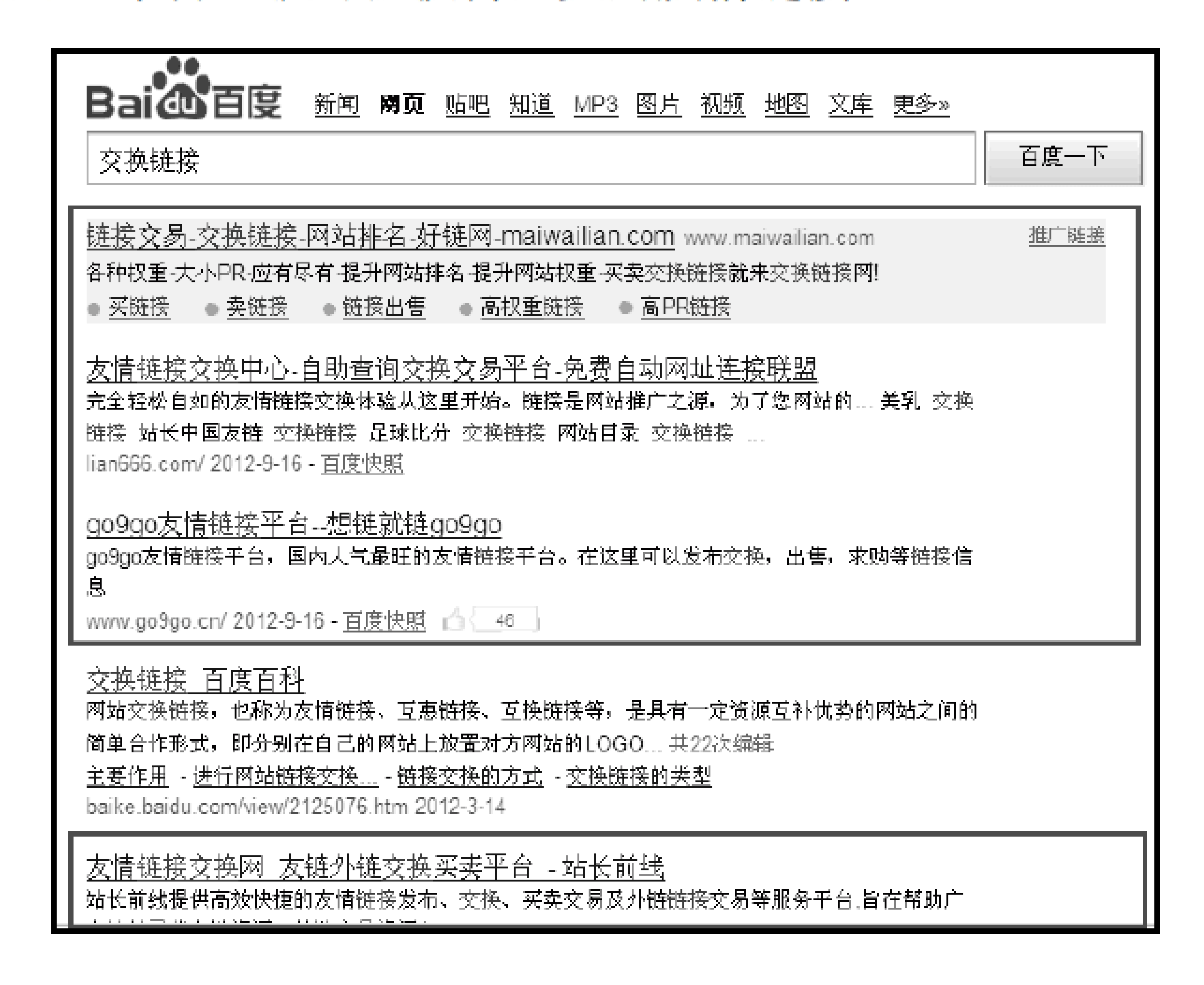


8.12.3 链接交换平台

因为链接交换的需求量非常大，链接交换平台也就应运而生了。现在网上有很多的链接交换平台，例如“站长帮手”网等，可使用这些链接交换平台来增加友情链接。

1. 查找链接交换平台

如下图所示，通过百度搜索引擎搜索关键字“交换链接”进行搜索，排在前面的就有很多的链接交换平台，通过这些平台，就可以获得想要的友情链接。



2. 进入平台

选择一个链接交换平台，进入其网站。这里以“站长帮手网”为例，通过网址

http://lj.linkhelper.cn/进入站长帮手网的友情链接交换平台，如下图所示。

收藏夹　友情链接|友情链接交换平台-站长帮手网　页面(P)　安全(S)　工具(O)

网站名称	链接页	Google PR	Alexa 全球排名	Baidu 收录	Google 收录	网站类别	QQ
皮肤病健康网_中国专业皮肤病网站	首页	0	0	0	0	医疗健康	534254539
天台网站 idc.tz15.com	首页	0	528996	32	0	电脑网络	6677183
天台门 www.tteba.com	首页	0	0	0	0	明星美女	6677183
汽车点评网 www.carhu.com	首页	1	0	0	0	娱乐八卦	6677183
天台山 www.6wa.org	首页	1	0	0	0	门户网站	6677183
台州电视台 www.tz15.com	首页	5	0	0	0	影视宽带	6677183
汽车坐垫 www.chegege.com	首页	1	0	0	0	企业商务	6677183
时尚美瞳网	首页	3	10627235	1370	853000	网上购物	1553503878
LED散热器 www.ledsanreqi.com	首页	0	13622721	73	124	企业商务	250804782
壁挂炉_燃气壁挂炉_新疆壁挂炉—新疆一洲采暖设备有限	首页	0	0	0	0	企业商务	287842622
厦门美容会所	首页	2	11383414	88	537	医疗健康	153323440
广东供应:中频炉|中频电炉|中频熔炼炉|中频感应炉|金属	首页	1	0	0	0	企业商务	287842622
游乐设备厂家|巨龙游乐设备|公园游乐设备|新型游乐设备	首页	2	3070124	165	223	企业商务	805583778
亚克力锯片|铝材锯片|多片锯|木工锯片|高速钢锯片- 大	首页	0	0	128	200	企业商务	805583778
友情链接平台	首页	1	0	0	0	站长资源	1596288992
友情链接平台	首页	1	0	0	0	站长资源	1596288992
妇科一二三-妇科网	首页	1	11769988	362	8940	医疗健康	106217775
前列腺专科医院	首页	0	643390	200	2280	医疗健康	446961361
桂林搬家	首页	1	0	0	9	企业商务	106217775
竹鼠	首页	2	0	25	44	企业商务	106217775
桂林宠物网	首页	1	5344020	400	6360	门户网站	106217775
三合一送料机	首页	1	0	121	364	企业商务	106217775
金属转子流量计、磁翻板液位计、塑料转子流量计	首页	0	0	25	0	企业商务	106217775

链接页面：无限制
Google PR大于等于 无限制
百度收录数量大于等于
Google收录数量大于等于
Alexa排名小于等于
导出链接数小于等于
百度快照日期在　天之内
关键字
网址
QQ
搜 索

Google PR快速分类
pr:0 pr:1 pr:2 pr:3
pr:4 pr:5 pr:6 pr:7
pr:8 pr:9 pr:10

友情链接快速分类
文学艺术 企业商务 彩票博彩 体育运动
影视宽带 星相命理 娱乐八卦 明星美女
爱情交友 游戏网游 博客论坛 音乐 Mp3
个人网站 门户网站 网上购物 旅游票务
电脑网络 人才培训 娱乐社区 聊天QQ类
动漫卡通 文学小说 幽默笑话 医疗健康

下一步需要选择适合自己的网站，例如网站是做旅游票务的，这里选择“云南旅游网”，打开站长帮手网中该网站的链接，就能有网站的相关信息了，如下图所示。根据网站中提供的信息，通过云南旅游网去判断此网站是不是适合与网站建立链接。

云南旅游网-友情链接|友情链接交换平台

友情链接首页　会员登录　会员注册　控制中心　友情链接批量检查工具　搜索引擎收录查询工具　站长论坛　博客

云南旅游网	
▪ 网站网址	http://www.foryn.cn　点击查看云南旅游网最新收录情况>>
▪ 网站名称	云南旅游网
▪ 加入日期	2009-6-7 9:17:49
▪ 网站分类	旅游票务
▪ 链接页面	首页
▪ 网站描述	云南旅游网http://www.foryn.cn提供旅游线路报价、昆明出港打折机票和昆明特价酒店预订服务。
▪ 联系人	foryn
▪ 联系QQ	25279182点击QQ号码申请链接，对方可能无法接收临时会话，建议加对方为好友后再对话。
▪ 联系邮箱	googlxi[at]yahoo.cn　请将[at]替换为@

友情链接搜索
网站类别：无限制
链接页面：无限制
Google PR大于等于 无限制
百度收录数量大于等于
Google收录数量大于等于
Alexa排名小于等于
导出链接数小于等于
百度快照日期在　天之内
关键字
网址

8.12.4　同类网站的交换链接

交换链接，更多的时候应该选择同类网站。各位站长在繁忙的工作之余，不妨到各大网站或者论坛看看，通过对网站的浏览查找有适合的网站与自己网站交换友情链接。当要与对对方站点交换友情链接之前，一定要记得先去了解清楚对方网站的质量。对于那些快照比较新，内容收录比较快的网站，站长们可以果断地加。

例如，A5 网站，在该网站的友情链接中就有一些适合 SEOer 人员的网站，以及一些社区、论坛，如下图所示。如果网站与 A5 属于同一类，就可以考虑去与 A5 交换链接，还可以通过 A5 网中的链接，去找其他的相关的网站。

站长网	网站诊断	帝国CMS	动网论坛	Phpwind	动网论坛	落伍论坛	厦门论坛	动易论坛	温州论坛
电脑报论坛	广州论坛	优米网	月光博客	站群系统	上海滩社区	chinaz论坛	Discuz	联盟导航	IDC网
Win7论坛	安卓论坛	网站价值查询	域名论坛	电脑论坛	威客	虫虫营销助手	建站学	爱聊聊天	171论坛
网页模板	河源论坛	深圳酷	TT86社区	源码网	合肥论坛	远景论坛	营销顾问	软件论坛	木蚂蚁网
站长工具	IP查询	京东社区	一起动漫	瑞星卡卡	28推论坛	推广论坛	社交团购	emlog论坛	专名网
华声论坛	网奇	seo培训	空软	长沙搜房	梦芭莎	IBM笔记本	安卓网	91手机门户	学盟论坛
饶客网	设计论坛	PJBlog论坛	什么好导购	阿里巴巴生意经	阿里巴巴论坛	小百科	南宁论坛	分享互联网	安卓软件
全众社区网	zzchn论坛	新手站长	中国站长	55la论坛	易购论坛	更多合作论坛	好米	米农链接qq	

8.12.5　站长群与站长论坛

站长群与站长论坛，往往是拥有网站友情链接创建权的用户最多的地方。通过跟他们进行网上沟通，就有机会更快捷地获得友链。下面介绍通过站长群与站长论坛，获得友情链接的相关操作。

例如，找站长密集的站长论坛（站长网论坛），又或者用 QQ 搜索一些交换链接的 QQ 群，这里搜索“友情链接”就有好多的这方面的群。还可以用 QQ 搜索一些站长群，如下图所示，这方面的群还是很多的，通过群去与站长们沟通交换友链的事，这样的机会也就大得多了。上述这些都是寻找友情链接不错的办法。



交换友链的目标找到后，就可以开始尝试与对方沟通，这才是关系到链接成功与否的关键。下面介绍沟通过程几点需要注意的事项。

（1）通过对方网站的 QQ、旺旺，去沟通、联系，这是比较方便的一种沟通方式。

（2）很多情况下，网站留下的联系方式是邮箱。当通过发邮件与对方联系前，一定要把对方的链接放在自己网站上，这样可以让对方感到被尊重。

（3）无论选择何种联系方式，应该将交换链接的站名或者站长的网名等称呼予以准确地添加

进去，这样就会大大增加交换链接成功的机会。

以上这些都是寻找链接比较常用的方法。当然，如果为了寻求好的链接，现在很多的网站都提供了付费链接这样的交易项目。如下图所示，是站长网的链接交易的页面（http://bbs.chinaz.com/Composite/list-1.html）。



A5 网的链接交易的页面（http://bbs.admin5.com/）如下图所示，通过这些链接买卖，也许也能找到合适的链接。



8.13 案例 7——为网站寻找高质量的友情链接

对于友情链接的好处，通过上述内容的介绍，相信大家都已经明白了。在寻找友情链接时，首先要明白自己网站的情况，然后才在此基础上寻找比自己网站更好或者差不多的网站来获得链接交换。如果针对百度去做优化的相关工作时，就需要掌握网站的以下情况：百度权重、百度收录数量、百度收录日期。如果是针对 Google 去做优化时，需要掌握的有：自己网站的 PR 值、Google 收录数量等情况。

以网站 www.nbhywl.com 为例，通过站长工具查询，得到如下图相关信息。其中百度的权重为 1，Google 的 PR 值为 3，收录量以及快照都还可以，根据这些数据可以找相应网站来进行链接交换。



在找链接之前，查询自己网站的情况，建议将网站的收录保证在 100 以上，快照更新不要太慢，这些工作都完成了，再去找网站交换链接，这样人家会觉得网站还是不错的，链接成功的机会也就会更多些。当自身网站不优秀时，愿意交换链接的人也就相对会很少了，与其临渊羡鱼，不如退而结网，就是这个道理。

接下来要找的就是跟自己网站情况相关的网站，去交换友情链接。www.nbhywl.com 是一网络公司的网址，这种情况下，可以找其他城市的网络公司进行链接交换。以“宁波网络公司”作为关键词，查找这方面的友情链接来进行交换。

1. 按城市或地区找目标网站

例如，查找北京的网络公司。

（1）通过搜索引擎进行“北京网络公司”关键词的搜索。

（2）在搜索结果中对每一家网络公司的 PR 值进行查询。

比如网站的 PR 值是 3，就要找 PR 值也是 3 的网站。只有 PR 值一样，对方网站才会愿意跟您交换链接。

（3）选择相关关键词在百度前两页的这些网站。

因为排名越高说明目标网站越优秀，所以将这一点也要考虑在内。

2. 分析 PR 值相同的网站确定最终的交换网站

以上几点标准符合后，就能筛选出一些网站作为目标网站了。接下来，通过站长工具分析目标网站的详细情况。在百度收录超过 100 页以上、快照更新期在一星期内、外部链接不超过 40 的网站，网站 www.nbhywl.com 的站长极有可能考虑去跟该网站进行链接交换。

不过，在具体确定交换链接的网站的时候，网站的情况不同，标准还是会有区别的。建立大

家可以视自身网站的情况，按网站的实际情况来判断、决定。

3. 联系目标网站站长达成链接交换

在确定了想要交换链接的网站之后，通过对方网站寻找相关的联系方式与对方联系。如果是有 QQ，通过 QQ 方式当然是最好的。网站中可能会有多个 QQ 的情况，这时不妨每个 QQ 都发一下交换链接的请求。

第 9 章

SEO作弊技术与后果

在网站优化的过程中，往往很多的站长会不知不觉地犯下很多错误，导致网站被搜索引擎惩罚。为了尽量避免这种情况，本章开始学习 SEO 作弊技术与后果，包括主流搜索引擎对 SEO 技术的态度、优化网站常犯的错误、搜索引擎的作弊手段、树立 SEO 的正确观念、搜索引擎的惩罚与接触、如何做好搜索引擎优化等。

9.1 主流搜索引擎对 SEO 技术的态度

对 SEO 有明确态度是搜索引擎自身成熟的表现。主流搜索引擎都对 SEO 有明确的态度，一般来说，搜索引擎都有关于网站如何在搜索引擎取得更好排名的建议，同时也对作弊的行为作出了明确的界定。从根本上说，SEO 与搜索引擎有一个共同的目标，那便是如何有效地组织内容，帮助用户以最有效的方式找到所需的内容。

9.1.1 百度对 SEO 技术的态度

百度是全球最大的中文搜索引擎，主页网址为 www.baidu.com，主页页面如下图所示。



百度对网站的搜索所提供帮助主要分为以下三个方面。

1. 网页收录问题

百度会收录符合用户搜索体验的网站和网页。为促使百度更快地发现网站，也可以向百度提交网站的入口网址。提交地址是 http://www.baidu.com/search/url_submit.html，打开界面如下图所示。



只需要在“URL 地址”文本框中输入首页即可，无需提交详细的内容页面。百度的网页收录机制，只和网页价值有关，与竞价排名等商业因素没有任何关联。

百度并不允诺所有网页都可从百度搜索到。如果网页长时间无法从百度搜索到，或者突然从百度的搜索结果中消失，可能的原因有：

（1）网站所在服务器不稳定，被百度暂时性去除。稳定之后，问题会得到解决；
（2）网页内容有不符合国家法律和法规规定的地方；
（3）网页不符合用户的搜索体验；
（4）其他技术性问题。

什么样的网页会被百度认为是没有价值而不被百度收录或者从现有搜索结果中消失？

百度只收录百度认为有价值的网页。任何网页在搜索结果中的去留变化，都是机器算法计算和调整的结果。下述类型的网页，百度明确不会欢迎：

（1）网页做了很多针对搜索引擎而非用户的处理，使得用户从搜索结果中看到的内容与页面实际内容完全不同，或者使得网页在搜索结果中获得了不恰当的排名，从而导致用户产生受欺骗感觉。如果网站中有较多这种页面，那么这可能会使整个网站的页面收录和排序受到影响；
（2）网页是复制自互联网上的高度重复性的内容；
（3）网页中有不符合中国法律和法规的内容。

如果网站因为作弊行为而从百度搜索结果中消失，是否还有被重新收录可能？凡是作出完全修正的网站，是有机会被百度重新收录的。百度会定期对被处理站点进行自动评估，并对符合条件者重新收录。

需要说明的是，百度技术和产品部门只对用户搜索体验负责。以下的说法都是错误的和毫无

根据的：

（1）成为百度的广告客户或者联盟网站，就可以重新被收录；
（2）给百度若干钞票，就可以重新被收录；
（3）认识百度的某某人，就可以重新被收录。

网站更新了，可是百度收录的内容还没更新怎么办？

百度会定期自动更新所有网页（包括去掉死链接，更新域名变化，更新内容变化）。耐心等待一段时间，网站上的变化会被百度察觉并修正。

2. 网页排序问题

网站首页被收录了，但搜索网站名称却排不到第一个，怎么办？

排序算法非常复杂。百度的目标，即在于通过算法改进，让用户以最小的成本，搜索到所需要的信息。

搜索某关键词，网页在百度搜索结果的排序短期内变化剧烈，这正常吗？

通常情况下，这是正常的变化。一般来说，有三类原因导致排序发生变化：

（1）特定关键词所涉及的网页发生了变化；
（2）特定关键词所涉及的其他网页发生了变化；
（3）百度的排序算法发生了变化。

搜索某关键词，网页在百度的排序位置，和在其他搜索引擎的排序位置，差异非常大，这正常吗？

通常情况下，这是正常的现象。因为不同搜索引擎的算法，都是不同的。

3. 如何提高百度排名

只有当搜索引擎、网站管理员、互联网用户之间，能有一种默契的利益均衡，这个行业才会顺畅发展。竭泽而渔式的网站建设，只会使网站与用户、搜索引擎越来越远。

以下是百度给出的一些建站建议：

（1）站点结构宜简洁明晰

不要让用户一进站点就因为内容纷繁芜杂而不知所措。从某种意义上来说，百度也是一个相对特殊的访客而已。每一个子域名，每一个目录，都最好有明确的内容区隔，避免不同子域名或者目录对中相同内容的串用。

（2）创造属于自己的独特内容

百度更喜欢独特的原创内容。所以，如果站点内容只是从各处采集复制而成，很可能不会被百度收录。

（3）经常地更新

经常地更新，蜘蛛程序就会经常地光顾；而长期不更新的网站，蜘蛛到访会日趋减少。

（4）谨慎设置友情链接

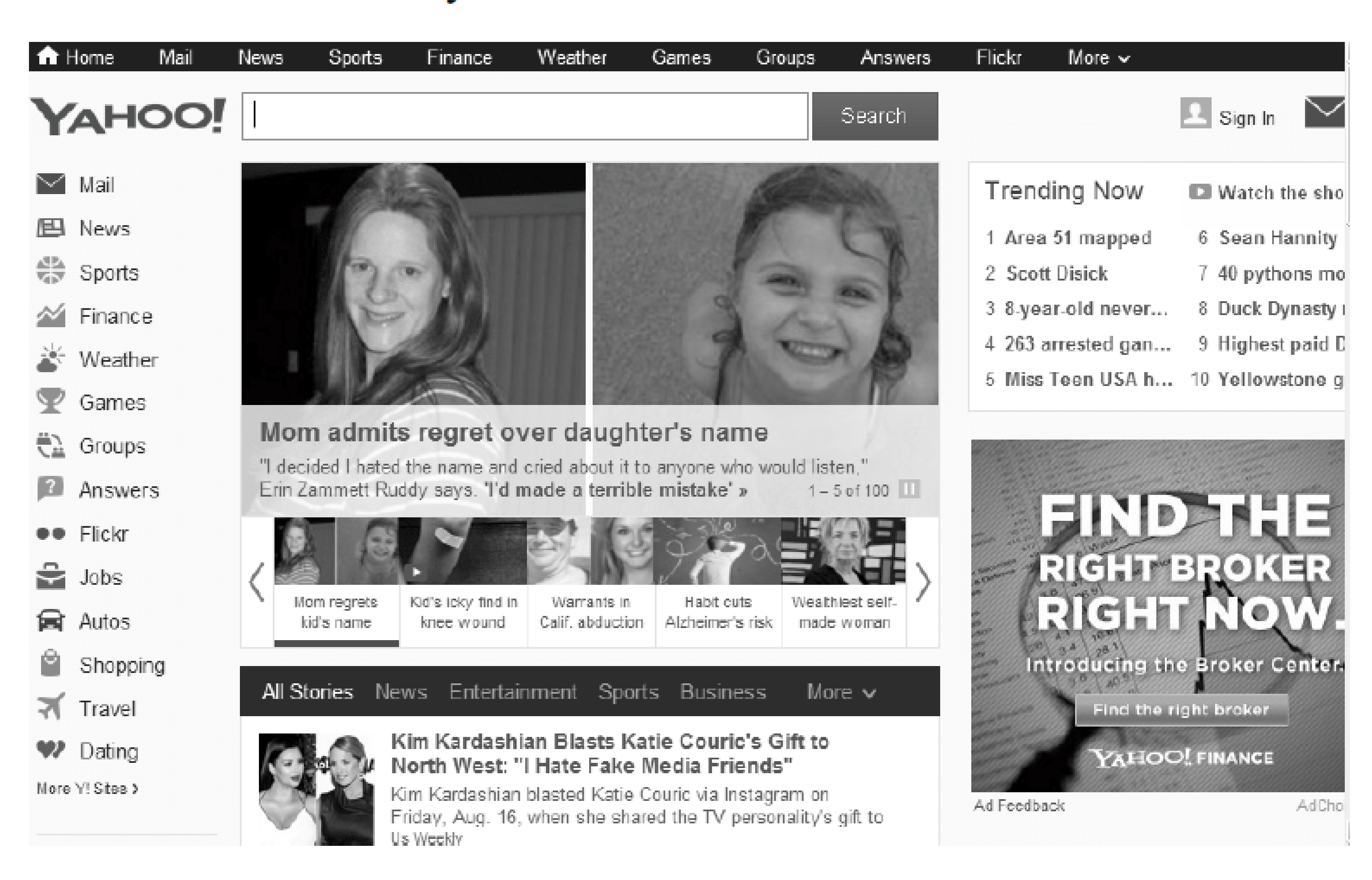
如果网站上的友情链接，多是指向一些垃圾站点，那么你的站点可能会受到一些负面影响。参与各类以 SEO 为目的的自助链接活动，很可能“过犹不及”。

（5）把网站做成常青树

如果没有搜索引擎，你的网站仍然访客盈门，那么网站就属于“常青树”了。面向用户做网站，而不要面向搜索引擎做网站，这是成为常青树网站的真谛。

9.1.2　Yahoo 对 SEO 技术的态度

Yahoo 是美国著名的互联网门户网站，20 世纪末互联网奇迹的创造者之一。其服务包括搜索引擎、电邮、新闻等，网址为 www.yahoo.com，主页效果如下图所示。



Yahoo 对网站的搜索所提供帮助主要分为以下三个方面。

1. Yahoo 的收录问题

如果想让 Yahoo 更快更好地收录自己的网页，用户需要注意以下几点：

（1）正确配置网站的 robots.txt 文件，错误的配置会导致 Yahoo 无法抓取；

（2）Yahoo 搜索喜欢独特原创内容的网站；

（3）经常维护并且更新网站，避免被人恶意利用，群发垃圾信息；

（4）与和网站相关类型的网站交换链接（请注意不要在 BBS、Blog、留言本等增加链接，这样会被 Yahoo 搜索引擎认为是作弊行为）；

（6）欺骗用户以及采用作弊手段欺骗搜索引擎的行为，都会在 Yahoo 搜索中删除。

2. 如何提高网站在 Yahoo 中的排名

网站排列位置主要由网站自身质量以及与查询词的相关性强弱决定的。可以采取以下方法来

提高网站在搜索结果中的排名：

（1）高质量的网站内容，Yahoo 搜索引擎喜欢抓取原创的、专业的、特殊的、有意义的网页内容；

（2）尽量使用搜索引擎能够识别的文本信息，避免过多的 JavaScript、Cookie、框架、DHTML 或 Flash 等复杂技术；

（3）不要在留言本或论坛中大量添加网站的链接；

（4）专业、认真、用心的去对待访问网站的用户；

（5）对于采用不正当手段骗取排名的网站，搜索引擎会自动降低排名。例如：在网页标题中堆积大量无关查询词，在网页的 meta keywords 中堆积大量无关查询词等，而主动链接这些作弊网站的网站，也会被搜索引擎降低其排名或者删除。

3. Yahoo 如何判断作弊网站

如果网站存在以下行为，就有可能被 Yahoo 搜索引擎判断为作弊网站，从而不会被收录：

（1）在网页中存在隐藏文字或隐藏链接；

（2）在网页中存在大量与网页内容不相关的查询词；

（3）在网页中使用不必要的跳转或者重定向技术；

（4）在页面中存在大量链向其他网站的链接；

（5）在整个网站中存在大量重复内容的页面；

（6）一个域名下存在大量不必要的子域名；

（7）在页面中存在大量恶意广告、恶意代码或有害插件的网站；

（8）在页面中存在主动链向已经被 Yahoo 搜索引擎删除的网站；

（9）在留言本、论坛等地方群发链接。

如果网站确实存在以上现象，请清除这些作弊行为，然后重新向 Yahoo 搜索引擎提交网站。搜索引擎会在下一个更新周期，对已经没有作弊行为的网站进行重新收录。

9.1.3 搜狗对 SEO 技术的态度

搜狗是搜狐公司的旗下子公司，目的是增强搜狐网的搜索技能，网址为 www.sogou.com，主页效果如下图所示。



搜狗对网站的搜索所提供帮助主要分为以下三个方面。

1. 搜狗的收录问题

如何让自己的网站被搜狗网站收录？用户可以从以下几方面去优化网站。

（1）给每个网页加上与正文相关的标题。如果是网站首页，则标题建议使用站点名称或者站点代表的公司/机构名称；其余的内容页面，标题建议做成正文内容的提炼和概括。这可以让你的潜在用户通过搜索引擎结果中的标题快速访问到所在页面；

（2）不要在标题中堆积与正文无关的关键词；

（3）确保每个页面都可以通过至少一个文本链接到达。搜狗无法识别 Flash 中的链接，这些 Flash 中的链接所指向的网页，搜狗就无法收录了；

（3）页面间的链接，尽量使用平实的链接，而不是重定向跳转。使用自动跳转的页面，可能会被搜狗丢弃；

（4）尽量少使用 Frame 和 Iframe 框架结构，搜狗有可能会丢弃掉 Frame 的内容页面；

（5）如果是动态网页，要控制参数的数量和 URL 的长度。搜狗更偏好收录静态网页；

（6）在同一个页面上，不要有过多链接。在那些站点地图类型的页面上，请把重要的内容给出链接，而不是所有细枝末节。链接太多，也可能无法被搜狗收录。

2. 如何提高网页在搜狗中的排名

（1）站点应该是面向用户的，而不是面向搜索引擎的。一个受到用户欢迎的站点，最终也会受到搜索引擎欢迎；反过来，如果站点做了很多针对搜狗的优化，但却给用户带来大量负面体验，那么，最终可能还是会受到搜狗的冷落；

（2）搜狗更喜欢有独特内容的网页，而不是简单抄袭和重复互联网上已有内容的网页。

（3）对于已经被重复了千百遍的内容，搜狗可能会不予收录；

（4）谨慎使用站点链接。与一些垃圾站点做友情链接，很可能会使你的网站受到负面影响。因此，当有人要求为他的站点提供友情链接时，请审视以下两点：

- 对方的站点在其所属领域是否是高质量的？网站管理员间所谓的流量以及排名，很多都是用欺骗手段获取的，无法保持长久。
- 对方要求的链接名称是否和对方网站地位相称？用一个涵盖范围广泛的关键词来做一个内容非常局限的网站的链接名称，很可能会使你的网站受到负面影响。

（5）经常保持内容更新。经常有新内容产生的站点，搜狗是会注意到，并且大力欢迎，而且会频繁造访。

3. 搜狗如何判断作弊网站

如果网站存在以下行为，就有可能被搜狗搜索引擎判断为作弊网站，从而不会被收录：

（1）隐藏文本或隐藏链接。在网页中加入搜索引擎可识别但用户看不见的文本内容或链接。包括使用与背景色相同或十分接近的文本或链接文字、超小号文字、文字隐藏层、页面底部现的多余内容、滥用图片 alt 等；

（2）滥用关键词。在网页源代码中大量堆积、重复某些关键词，或者加入与网站内容毫不相关的热门关键词；

（3）恶意互换链接。在网页中互相建立大量指向对方网站的链接；

（4）欺骗性重定向、欺骗性更换网页内容。故意制造大量链接指向某一网址或者使用跳转域名欺骗用户进入与搜狗描述不相符的网站；

（5）建立大量镜像网站。复制网站或网页的内容并分配以不同域名和服务器，欺骗搜索引擎对同一页面内容进行多次索引；

（6）页面包含恶意广告、恶意代码或恶意插件；

（7）页面有链接指向作弊网站的，可能会被视为作弊网站。

4. 搜狗如何惩罚作弊网站

搜狗反作弊系统会实时监控作弊网站，并根据作弊等级对作弊网站进行相应的处罚。

（1）常见处罚：降低网站在搜狗的整体排名；

（2）一般处罚：仅索引正常网页，其他网页不予收录；

（3）严厉处罚：包含非法内容及恶意程序、用户集中投诉的网站，搜狗将拒绝收录整个网站。

9.2 优化网站常犯的错误

进行搜索引擎优化，会因为一些错误的认知，而走入误区。在接下来的内容中，将要介绍的就是结合优化过程所总结出来的，容易发生的搜索引擎优化的误区。具体有以下几点：

1. 不准确分析关键词

只有进行必要的关键词分析，最大限度地贴合用户的搜索行为才能真正地通过关键词来提高 SEO 效果。例如，很多公司在一直给自己的产品名称做 SEO，却忽视了搜索者本身的需求，这样做自然难以得到满意的流量的。

2. 选择单一的搜索引擎

有人会喜欢 Google，也有人会喜欢百度，这是因为“萝卜青菜各有所爱”，是正常现象。所以，无论是 SEO 从业者还是普通用户，无论是企业 SEO 还是 IT 白领，他们对不同搜索引擎都会有着自己的偏爱。因此，除了个人的喜好之外，还要兼顾到其他的搜索引擎。

另外，如果企业的目标客户在国外，Google 则是最好的选择，而百度受众群体更趋向于一般老百姓和个人站站长，因此百度更适合推广娱乐、论坛等内容。如果企业有针对日本的目标客户，Yahoo 搜索是不二的选择。除此之外，当然也不能忽视流量正在上涨的搜狗、MSN 等，因为，如果只选择了单一的搜索引擎，是不足以为网站支撑起全部天空的。

3. 没有明确的项目目的

在初期，SEO 应当与整个营销策略相衔接。例如，针对某一种产品的推出，营销核心确定为“迅速扩大产品销路，占领同类市场前列，树立品牌形象”。这时就需要明确一个 SEO 的目的，目的为“占领搜索引擎核心关键字词前列，区分同类产品网页，加强网页展示率”。然后，再根据目的去制定 SEO 项目执行的策略和方法。所以，只有明确了目的，才能把 SEO 做得更好、更到位。

4. SEO 靠手段，不靠认知

SEO 所依靠的绝不仅仅是手段，手段和策略固然可以提升排名。但是，SEO 项目的执行，在开始筹划网站的时候就需要考虑好了。例如，规划网站的内容，遵循搜索引擎的搜索原理，对网站结构、网页文字语言和站点间互动外交策略等进行合理规划部署。

总之，搜索引擎优化只是一种表现方式，其背后需要有整体的策略来把握。通过搜索策略的制定，来选择合适的关键词、确定样式、软文等内容，这样的操作手段才是 SEO。

5. 为了链接而链接

如果为了链接而链接，链接之间缺少相关性，那么通过其他站点来的访问流量势必会大大降低，也就起不到链接在 SEO 中的作用了。

例如，把娱乐网站链接到仪器仪表网站，这么做自然是不会带来太多流量的。这样为了链接而链接，需们警醒。因为 Google、百度、Yahoo 等主流搜索引擎，已经开始将这样的链接定义为一种 SPAM（为了获得排名而四处发布链接的手段）。

如下图所示，是在“爱卡汽车网”看到的友情链接，发现其中有一个“起点中文网”的链接，这个真的让我有点想不通。从 SEO 的角度来说，作为汽车网站去链接一个文字类的网站有什么作用呢？最后，作者把其归之为了链接而去链接。“起点中文网”的流量比较高，喜欢看小说的网友都爱去这个网站。



链接顺序不妨这样一步一步地来，先低 PR 后高 PR，从小网站到个人网站再到中型网站，最后平稳过渡到门户级网站。

6. 只有排名

很多人容易有这样的认知，似乎排名上去了，一切就都有了。事实并不是这样的。“点石互动”对 SEO 是这样定义的：SEO 需要考虑到其被实施网站的用户体验，在突出核心竞争力的原则基础上，遵从搜索引擎规则，依靠所掌握的技术和方法，完整地为客户选择正确的策略并加以实施，从中为客户创造价值、为搜索引擎的用户带来最好的搜索结果、为 SEO 本身带来经济利益。这说明，单靠排名是行不通的，只有用户体验才能真正能够为企业和 SEO 带来价值的。

试想，如果一个潜在客户通过搜索行为来到了企业网站，当他发现这个网站制作水平很差，甚至根本无法阅读的时候，这个网站自然是留不住这个客户的，白白流失的还有商业机会。这样，也就无从谈起 SEO 的真正价值了。

7. 没有良好的操作模式和进度报表

如果 SEO 执行者能有一个大概的时间表和定期的报表，不但可以全程记录整个 SEO 流程，而且还保证了 SEO 项目的规范。这样，大大方便了 SEO 项目的监控和监管，使得整个 SEO 项目流程化、模板化了。

8. 用单一的排名衡量 SEO 效果

SEO 项目的执行者，在认识到营销重点的前提下，需要对其进行整体考虑。虽然一些关键词排名对于一个网站来说意味着流量，但一个排名高的关键词并不一定为整个营销带来更大的收益，更谈不上大量的定单和期望的品牌效益。最终的流量和实际的有效客户，才应该是最高指标。

SEO 效果需要结合网页展示效率、客户转换率，去进行通盘考虑。例如，在具体探索结果中目标网页所展示的内容，用户在通过搜索引擎到来之后，究竟有没有转换成有效客户等等。

如下图所示，是“烈火网”的页面截图，从其导航内容可以判断这是一个与计算机相关的站点，其中的“京美整形”这样的减肥广告发布在这里，又会有多少的效果呢？能给“烈火网”带来的客户转换率一定不会高，另外对于“京美整形”来说也是一样的道理。



9.3 搜索引擎作弊手段

搜索引擎作弊，或 SEO 作弊，搜索引擎垃圾等，是指为了提高在搜索引擎中展现机会和排名

的目的，欺骗搜索引擎的行为。

SEO 与搜索引擎作弊的最大的区别在于，SEO 遵循搜索引擎制定的一些规则，维护良好的搜索体验。搜索引擎优化更侧重改善站点本身的结构和内容，使得搜索引擎更容易理解站点，使得站点的质量提升，更能满足搜索引擎使用者的搜索需求。而搜索引擎作弊更多的是违反搜索规则，为了获取排名和流量，抛弃了用户体验，也影响了搜索引擎的使用体验。

常见的搜索引擎作弊的手段如下。

1. 隐藏文本或隐藏链接

一般指网页专为搜索引擎所设计，但普通访问者无法看到的文本内容或链接。在形形色色的隐藏技术中，最常见的就是把文本或链接文字的字体颜色设置为与背景色相同或十分接近。

隐藏文本内容意欲在不影响网站美观的前提下通过包含大量关键词的网页提高关键词相关性得分，从而达到改善搜索引擎排名的目的。

隐藏链接意欲在不影响网站美观的前提下通过在其它页面添加指向目标优化页的隐形链接，通过提升链接得分而改善搜索引擎排名。

现在大多数搜索引擎都能检测隐藏技术，并视为作弊，包含隐含文本的网页面临被搜索引擎降低排名甚至删除列表等惩罚的风险。虽然在 Google 上不乏使用隐形技术而侥幸逃脱的网站，但多数人还是认为不值得冒这个险。其实通过添加可视文本内容并保证一定的关键词密度即可达到相同的优化效果。

2. 关键词堆积

为了增加关键词的密度，在对其进行优化时，发生堆积关键字的情况。例如，在网页代码中，meta 标签、title、注释、图片 alt 中重复某个关键字。当这些关键词与网页内容无关时，也就很少能奏效了。即使这些关键词与网页内容相关的时候，也不太可能在或长或短的时间内把网站排名哄抬至很高。下面，通过一个实例分析，来帮助了解关键词的堆积。

如下图所示是在百度上搜索“欧米茄”时的搜索结果，其中的 11 000 000 个相关结果，出现频率很高的。



当把鼠标移动到 http://www.24biao.com/?product-669.html 这个页面时，大家又看到了什么呢？最显眼的，应该就是关键词“欧米茄机械手表”了，查看其代码结果，也就更进一步证实了，如下图所示。

```
        </script> </div> </td> <td width="60%" valign="top"> <form class="goods-action" acti
</a> </li>  </ul> <ul class='goods-price list'>  <li> <span>市场价：</span><i class="mktpric
e="加入购物车" type="submit" />  </div> <div class="floatRight"> <ul> <li  class="star-off"
<img alt="" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/33088782-5125-4184-b198-6b50e06688
<div><strong><a title="欧米茄机械手表" href="http://www.24biao.com/?product-669.html" target
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<img alt="欧米茄机械手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/eb6723de-496d-4be6-a
<p><span><span><span><span><span><span><font face="宋体"><font color="#000000" size="4"><str

<p><span><span><span><span><span><span><font face="宋体"><font color="#000000" size="4">【品
```

如下图的问题大家都发现了吗？接着，在这个网站中，看一下另一个页面的效果。如下图所示，是另一个关键词“欧米茄运动手表”的效果。



```
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄运动手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/39aac815-4faa-4d08-9ada-
 5ecbd5f19a72/60b8ffc75b0eb0df8e739be9c9f41682.jpg"></span></div>
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄运动手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/39aac815-4faa-4d08-9ada-
 5ecbd5f19a72/feb4a6f9c47d32ae741642caa74d3b94.jpg"></span></div>
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄运动手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/39aac815-4faa-4d08-9ada-
 5ecbd5f19a72/dd4f9d802c3b409edd45da3ee5b0d272.jpg"></span></div>
<div><span style="COLOR: #000000">
<img alt="欧米茄运动手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/39aac815-4faa-4d08-9ada-
 5ecbd5f19a72/8f65955ef8e3792729c8eceef1033a32.jpg">
<img alt="欧米茄运动手表" src="http://www.24biao.com/images/goods/intro/39aac815-4faa-4d08-9ada-
 5ecbd5f19a72/1a4350b36517f48cb773fcaab21f2197.jpg"></span></div>
<div><span style="COLOR: #000000">
```

3. 斗蓬法

斗蓬法，是指对搜索引擎和用户采用两个不同版本的网页，来达到最佳化的效果。如果把经过优化的版本提供给搜索引擎，也就能如实反映网页所包含的真实内容，这种做法极度违反了用户体验标准。一旦搜索引擎发现这种情况，该网站会永远从搜索引擎名单中被剔除。下面，通过一个实例，来进一步认清斗蓬法。

如下图是搜索关键词“舞蹈鞋”时的结果。从中可以看到，百度的索引抓取了它的内容做为描述。但是，打开后的页面没有这些内容。



进一步观察，用户所能看到的源码，如下图所示，占着百度第一位的网站通过斗蓬法，将做

了大量 SEO 优化的页面给搜索引擎抓取，而普通用户打开后，除了标题关键字与描述，只有一个淘宝客的 iframe，这明摆着使用了斗篷法。

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>舞蹈鞋_淘宝网舞蹈鞋官网推荐_舞蹈鞋旗舰店首页专卖</title>
<meta name="keywords" content="舞蹈鞋"/>
<meta name="description" content="网上购物舞蹈鞋，欢迎登录淘宝网首页舞蹈鞋官网推荐，去舞
鞋旗舰店购买正品。" />
<link href="/s.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
</head>
<body>
<div class="main">

<div class="bad"><script language=javascript src="/top.js"></script></div>


<div class="left">
<iframe width=1000 height=5280  scrolling=no scrollbars=0 frameborder=0
src="http://s8.taobao.com/search?commend=all&style=grid&q=%CE
%E8%B5%B8%D0%AC&pid=mm_16465387_0_0&mode=66&rdid=1313824650_mt2_2138204122"></iframe>

<div class="right">
```

继续往下观察，打开“百度快照”后，效果如下图这篇穿插着众多关键字的文章，有利于 SEO 的页面，普通用户是看不到的，只有搜索引擎才能抓取到。给用户看的，仅仅是一个淘宝客 iframe。

百度说过，这种网页如果被搜索引擎发现，会删除全站的索引。为了高回报，采用投机取巧的方式，真的还是不要用的好，如果哪一天百度做一次调整，那么所有的排名都将变成浮云了。



4. 域名轰炸

为了提高主站的 PR，采用注册多个域名，将其同时链接到主站的方法。在域名有各自的网站、内容的时候，不会有太大问题。但是，这些域名都只有很少的内容，或者指向主站的某个页面的时候，就会被搜索引擎判断为是一种作弊行为。

5. 重复注册

突破时间限制，把一个网页在短时间内发布提交给同一个搜索引擎，这样的行为，是违反网站提交纪律的一种比较卑鄙的作弊手段。

6. 虚假关键字

通过在 meta 中设置与网站内容根本不相关的关键字，来骗取搜索引擎的收录与用户的单击。这种把许多与本站并不相关的关键字加入到自己网站中，就是一种虚假关键字。

7. 垃圾链接

由大量网页交叉链接而构成的一个网络系统，又被称作链接工厂或者大量链接机制。网页有来自一个网站或多个不同网站的，也有来自不同服务器的，如果把你的网站加入到了这样的“链接工厂”，在获得链接的同时，你也得奉献自己的链接，以最终获得链接的效果。这就是垃圾链接的黑帽手法。

8. 假链接

所谓假链接，是指把链接添加到 JS 代码、框架或者表单里面。因为搜索引擎蜘蛛无法读取，所以实际意义上链接只是做给网站用户看的。这种方法常被用于友情链接欺骗。我们在进行友情链接选择时，一定要把这种情况给检查清楚了。

9. 网页劫持

网页劫持，是指把别人的网站内容或者整个网站全面复制下来，偷梁换柱放在自己的网站上的方法。这种做法真的要不得，因为搜索引擎的专利技术能从多个因素上来判断这个被复制的网页或者网站不是原创，从而不收录。

10. 博客作弊

因为博客有着很强的交互性，往往也就成为了黑帽手法使用者用于制造链接的平台。如博客群发作弊和博客群作弊。

- 博客群发作弊：在国内常见的一些博客程序，如 ZBLOG、PJBLOG、Bo-blog。如下图所示 Bo-blog 博客程序，似乎现在还是可以给黑帽 SEO 有机可乘的地方。



- 博客群建作弊：通过程序或者人为的手段，申请大量的博客账户，再在这些账户中发表带有关键词链接文章，最终实现通过这些链接推动关键词的搜索引擎排名的目的。

9.4 树立 SEO 的正确观念

SEO 不等于作弊，通过这一节相关知识的介绍，可以更好、更准确地认识 SEO。

1. 如何正确理解 SEO 优化

大到新浪、搜狐，小到企业站点、个人小站，搜索引擎优化是几乎是每个站点都需要考虑的事情。所以，要正确理解 SEO，这样才能把 SEO 实施好。SEO 实施好了，网站才能真正发展起来。

（1）熟悉搜索引擎目前的排名机制

熟悉排名机制，是为设计自己的站点、运营方式做准备的。一个站点的 SEO，就是根据 SEO 的“口味”，把自己的站点传达出去，还有一点就是克服搜索引擎目前无法实现的技术，比如对 iframe 的抓取和 flash 的读取。

（2）了解目前搜索引擎技术

利用合理的手法来寻找搜索引擎的“爬行”规律，这是了解搜索引擎技术的方法。

（3）SEO 关键是实战

看 SEO 教程，不一定能学会 SEO，但可以了解很多方法。若想学会 SEO，一定要实际操作。只有真正操作了，并在操作过程中多思考，观察搜索引擎对网站做出的反映，才能加深对搜索引擎的了解，不断地积累经验。

（4）SEO 的未来

以 SEO 为基点拓展到其他网络营销方法的学习运用，以及互联网产品运营分析，这些东西会大大加深对 SEO 的理解，所以，SEO 未来必然是综合化的。

2. SEO 不等于作弊

SEO 只是由搜索引擎所延伸出来的行业，所以不要把 SEO 等同于作弊，真正的 SEO 优化不是一种作弊手段。下面针对 SEO 不等同于作弊的原因，进行具体分析。

（1）SEO 不是作弊手段

一般的 SEO 手段就是遵循搜索引擎的爬行规律，然后去进行搜索引擎的排名规则的学习，再去对自己的网站进行编辑、设计，最终让搜索引擎对网站有更加友好的方式。在 SEO 的过程中，很多人会利用不正当的手段，最终导致网站被删除。其实，从严格意义上进行区分，只要让网站优化到搜索引擎的首页，那么就算是 SEO，但是 SEO 却不是作弊的。因为搜索引擎也在不断地改进，会对一些作弊手段进行限制和惩罚，SEO 也越来越规范化、合理化，所以并不是作弊手段。

（2）优化时要注意的作弊行为

在做优化时，身为站长不要和搜索引擎玩“躲猫猫”的游戏，一旦被搜索引擎出现作弊行为，对于网站将会是相当大的打击，轻则排名下降，重则网站被删除。因此，在优化时一定要注意下面的这些作弊作为。

①网站中充斥着大量的隐藏文字或链接

此种作弊手段以前可能有用，但是现在对于搜索引擎来说，这个是最忌讳的。例如，对于很多论坛的站点，就通常会有大量的隐藏链接和文字，就需要经常检查站点，以免选择不必要的伤害。因为一旦造成伤害，这种后果对网站将会是致命的。如下图所示，就是一此类效果的源代码。

```
        </table></td>
      </tr>
    </table><script language="javascript" type="text/javascript">
        document.write("<div style='display:none;'>");
</script><div>合作伙伴：<A href="http://www.360cp.cn" title="福利彩票">中国福利彩票
<a href="http://www.67gu.com" title="股票">股票</a>
<A href="http://www.zqzo.com" title="福彩3D">福彩3D</A>,
<a href="http://www.360cp.cn/">双色球</a>,
<a href="http://www.517n.cn/" target="_blank">双色球网</a>,
<A href="http://www.286g.cn" title="中国福利彩票">中国福利彩票</A>
<A href="http://www.caipiaowu.cn"  title="双色球">双色球开奖</A>
<A href="http://www.101caipiao.cn" title="中国福利彩票">中国福利彩票3D</A>
<A href="http://www.caipiao3d.cn">3d</A> </div>
<A href="http://www.zhongfucai.cn">双色球开奖网</A> </div>
<script language="javascript" type="text/javascript">
        document.write("</div>");
</script></td>
   </tr>
</table>
<table width="980" border="0" align="center" cellpadding="0" cellspacing="0">
```

②网站中充斥着大量不相关的关键词

对于和网站主题不相关的关键词，是不可能为网站带来流量的，所以不要为了利用关键词，什么内容都往网站中放。建议在做网站布局的时候，一定要做与内容相关性高的关键词。

③网站非不得已就不要用跳转或者重定向

因为大量的跳转或者重定向技术，之前被黑帽 SEO 利用的太过频繁，所以搜索引擎现在对跳转非常敏感。除非是网站更换了域名，才有使用重定向技术的必要，通过重定向把原有网站的权重全部传递过来。如果没有这个必要进行此类操作，那么网站中就不要出现大量的跳转或者重定向。

9.5 搜索引擎的惩罚与解除

前面已经了解到，搜索引擎优化过程中，有着作弊的手段。这样做的话，很有可能受到搜索引擎惩罚的。下面，介绍搜索引擎惩罚的检查和解决方法。如果站长不幸碰到这样的问题了，也好有机会进行挽回。

1. 搜索引擎惩罚的方式

如果站点的搜索引擎作弊行为被搜索引擎发现，那么客户站点将会遭到降权或者直接被搜索引擎从索引中清除。而被清除的站点，几乎没有机会被重新收录，这就是片面追求搜索引擎排名效果的不可取之处。根据网页的作弊情况，受到惩罚的程度有所不同。惩罚方式主要可以分成以下几种。

（1）较轻微的惩罚

系统在给网页排名时略为降低了该网页的排名。比如 Google 曾经对 Donews 博客给予了轻微降权，用户的排名受到了影响。

（2）较常见的惩罚

作弊网站的某些关键词（或所有关键词）的排名降到其它任何网站之后。这种措施被 Yahoo 和 Google 使用较多，特别是 Google 的 Sandbox，也可以理解为是这种惩罚方式。

（3）较严厉的惩罚

对于作弊行为和后果特别恶劣的网站，将从搜索中消失。如果含恶意代码或恶意插件等用户极端反感内容的网页，虽然不是作弊，但只要用户投诉，一经确认也会被搜索引擎拒绝收录。

2. 站点被惩罚后的影响

站点一旦被某一搜索引擎惩罚，一方面几乎很难再通过该搜索引擎获得巨大流量，另一方面对企业的品牌也会带来负面影响是有真实案例的。

“案例 9-1”曾经有过宝马德国站被 Google 封杀的事件。Google 封杀宝马德国站后，宝马网页作弊的丑闻，通过互联网迅速传播，使得宝马公司不得不出来公关，挽回因网站作弊事情导致的品牌损害。下面大致介绍一下事件情况：

事件起因：宝马德国站采用自动重定向的桥页作弊法，让用户和搜索引擎看到不同的页面内容。作弊手法被 Google 发现了，直接导致的结果是网站被 Google 删除。

事件发展：BMW.de 在修改其错误以后，Google 后面还是重新将该网站收录了。这样的待遇真的很优厚了，其他的网站未必也能有这样的特殊优待，能被重新收录。因为，这里宝马德国网站被迅速重新收录自然应该有着它是宝马德国网站的原因在。事实上，大部分网站被删除以后难以重新获得收录机会。

惩罚后受影响实例：如下图所示，是关于 Google 封杀 KinderStart 案例中的一则新闻，通过图中框选的部分，就足以了解到这对 KinderStart 网站的影响之严重。

天极网7月2日消息(鲍不同 编译)据国外电报道，美国加州一位法官本周五表示，儿童信息网站KinderStart.com同Google之间的法律诉讼将会继续。

美国地方法官杰里米·弗吉尔在周五举行的听证会上表示，他正在考虑颁布一项命令，允许KinderStart修改针对Google的起诉书，以加入更多细节。今年3月，KinderStart向美国圣何塞地方法院提起诉讼，指控Google对该公司进行了不正当地“封杀”，损害了其互联网业务，这种行为违反了反垄断法和其它法律。

据KinderStart称，该公司一年前在没有收到任何警告信息的情况下，被清除出了Google索引。被Google“封杀”之后，该公司网络流量下滑了70%，AdSense广告营收也下滑了80%。在顶峰时期，KinderStart每月的访问人数超过1000万人。KinderStart的辩护律师格里戈尔·余表示：“Google的要做的就是阻碍竞争。”

在对诉讼双方进行质询的过程中，反垄断问题引起了弗吉尔的共鸣，他表示能够理解KinderStart的立场。事实上，Google及其它搜索引擎已经多次因网页排名遭遇诉讼，但提起诉讼的一方从未获得过胜利。

3. 惩罚的检查和解决的方法

以下几种方法仅供参考。

方法一：搜索网站名称

搜索有特色的网站的名称，如果排名没在第一页，说明有可能被惩罚了。

方法二：使用 site 指令搜索网站域名

如果使用 site 指令搜索网站域名没有任何的效果，说明网站被惩罚了。

方法三：通过网管工具

利用网管工具，可帮助判断网站是否有问题。

方法四：搜索网站里的特殊词语

通过搜索网站的电话、备案号等特殊词语，如果不在第一位，说明网站有可能被惩罚了。

方法五：查看所有关键词排名

通过查看网站上所有关键词排名，如果发现大部分关键词的排名下降了，说明网站有可能被惩罚了。另外，如果搜索引擎算法改变了，也有可能会让一小部分关键词的排名下降。

方法六：检查日志

当网站本身没有什么变化，检查日志时发现搜索引擎蜘蛛来访的次数明显减少了，说明网站有可能被惩罚了。

上面 6 种是用于检查网站是不是被惩罚的方法的总结。下面提供一些解决的方法供参考。

解决方法一：检查页面 meta 部分的代码

这里主要检查页面 meta 部分是否存在 NOINDEX。

解决方法二：检查 robots.txt 文件

这里主要检查 robots.txt 文件中是否有禁止搜索引擎收录某些目录的编码。

解决方法三：删除可疑链接

如果发现有大量的买卖、交叉、以及与网站主题无关的导出等形式的链接时，要先删除可疑

链接。

解决方法四：删除重复内容

如果网站不同的 URL 所链接到的网页都是相同的，这样会造成大量的重复内容，记得一定要删除这些重复内容。

解决方法五：检查网站是否用了转向

除了 301 转向，其他都有作弊的嫌疑，比如 meta 更新、JS 转向。如果存在转向比较多的情况，一定要尽快删除。

解决方法六：彻底检查网站是否优化过度

认真检查一下网站各个优化的地方，如果发现存在过度优化的情况，减少优化即可。

解决方法七：检查服务器上其他的网站

检查服务器，如果发现服务器上有大量被惩罚的网站，就应该赶紧换服务器才是。

解决方法八：以不变应万变

当没有使用作弊手段的情况下，发现排名下降，可以先观察一个月左右的时间，以便于判断是否是算法改变的原因。搜索引擎在不断改变算法时，有时候新的算法不一定效果好，又会有回到原来算法上的可能性。

9.6 案例——如何做好搜索引擎优化

对网站进行优化的过程中，为了讨一时之巧，去采用作弊手法，是非常要不得的。如果被搜索引擎发现，只会得不偿失的。所以应该慎重选择优化方法，才能把搜索引擎优化做好。

9.6.1 不要采用得不偿失的作弊行为

通过对部分已被惩罚的客户网站进行分析，将惯用的网站优化作弊手法加以总结。在今后的优化过程中，不要采用这些得不偿失的优化作弊行为。

（1）隐藏链接或隐藏关键词

具体做法：设置被链接文字或网站关键词的颜色与网页背景颜色相同等。下面通过实例，一起来看看究竟是怎么做的。总之，就是想办法把不想让用户看到的内容藏起来就对了。

①挂黑链

网站前台是无法看到的，只能通过查看源代码才能发现，一般是用 CSS 隐藏，也有用 JS 输出 CSS，而且这种链接的危害也是很迅速很大的。

再比如，服务器上有高权重网站、高 PR 站甚至教育、政府类网站，因为这都是高质量的单

链，对于外链策略来说获得单链就是一个重要工程。

②把锚文字的颜色设置成页面背景颜色一样

在全选或是查看代码时，才能看到这种链接。因为用户不会去做这样的操作，所看的内容并不是链接，但是搜索引擎能够看到。

③小到无法发现的链接

比如，在内容当中在一个空格当中或者一个连字符当中把文字链接设置极小的字体，以至于一眼望去根本发现不了它的存在。再有，在论坛里如果看到一篇文章最后或其他地方，有一些很小的点，当鼠标放上去之后才会发现这是个链接，这也是其中的一种做法。

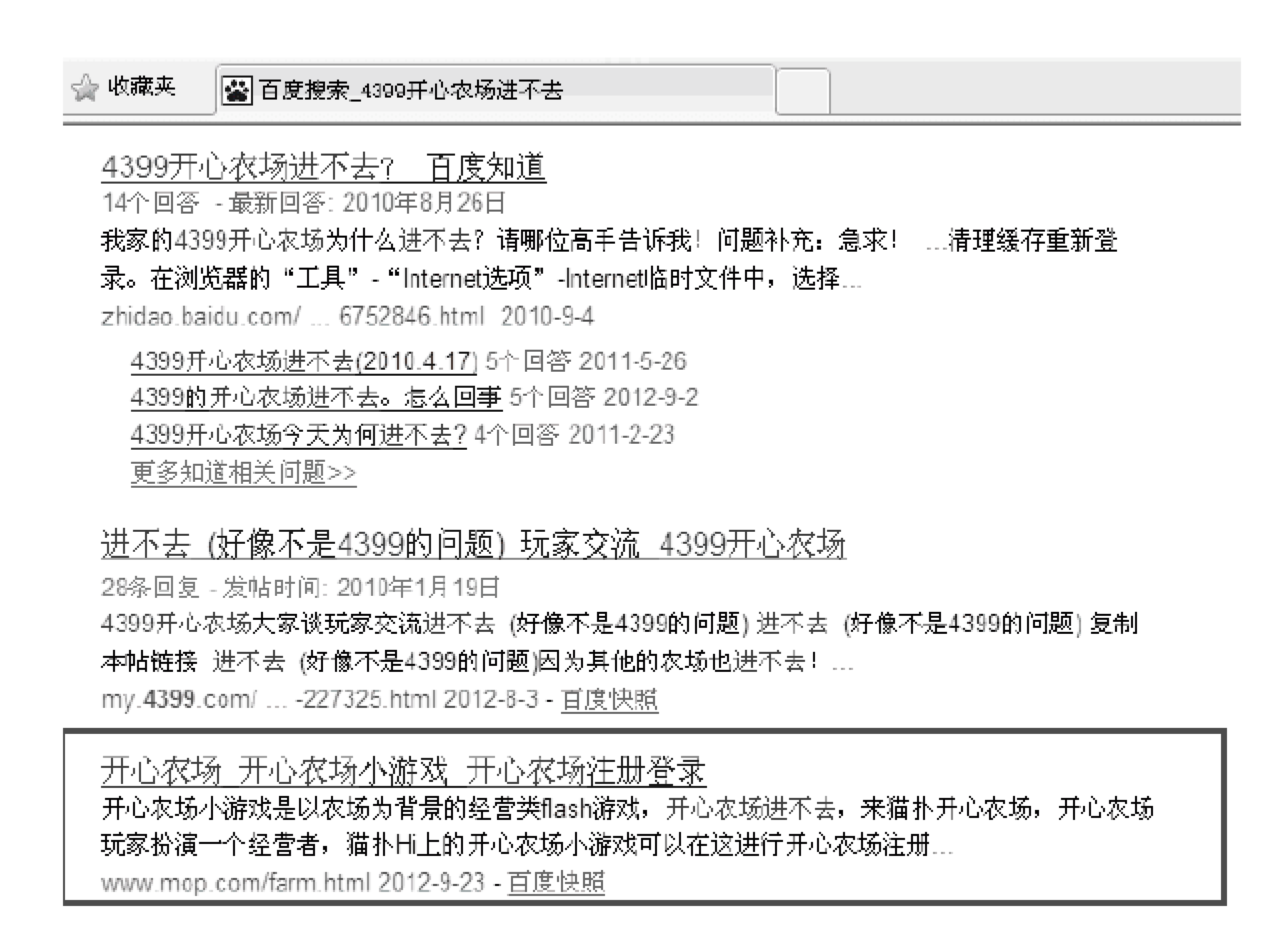
④链接颜色和周围文字一样

设置锚文本颜色、给文字链接加下划线以突出文字链接，从而方便用户识别链接，而如果把这些样式都去掉，因为它没有隐藏文字，从而让文字链接与其他正常文字看起来完全一样，用户不把鼠标放上去是无法辨认出这是一个链接。

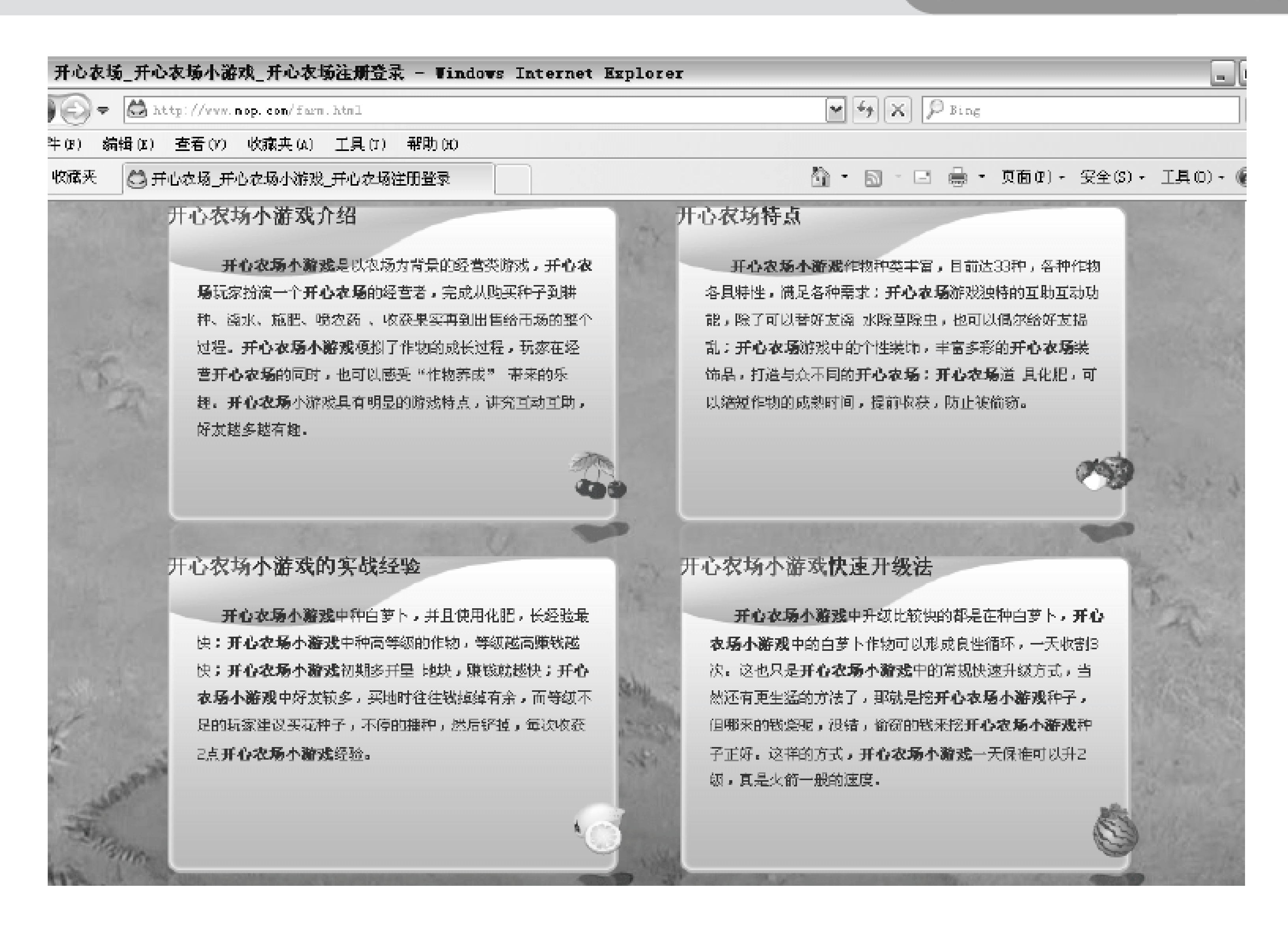
（2）在网页中堆砌与网站内容无关的关键词

具体做法：在网页中堆砌大量网站所谓包含内容的关键词。

下面一起来看一个案例。国内知名的娱乐社区猫扑网制作了一个关于 4399 开心农场的页面，在该页面内充斥着大量的 4399 小游戏关键词，例如 4399 农场上不去了等等内容，意图引导搜索用户进入“猫扑”网的 SNS 社区。下图所示是在百度中搜索“4399 开心农场进不去”关键词的结果。



现在“猫扑”网在该搜索结果排在第三位，排名已经下降了，火的时候排在第一位。在“猫扑”网上有一个名为 farm.html 的页面（完整地址是 http://www.mop.com/farm.html），专门针对国内知名的小游戏网站 4399 制作了相关的游戏介绍，除了有“4399 开心农场进不去”这一关键词外，在该专题页面还包含了 qq 农场、开心网、开心农场等相关关键词。如下图所示的效果。



通过查看如下图所示的页面源代码可以发现，有着很明显的恶意优化。

```
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=EmulateIE7" />
<title>开心农场_开心农场小游戏_开心农场注册登录</title>
<meta name="Keywords" content="开心农场，开心农场小游戏,开心农场游戏，开心农场进不去" />
<meta name="Description" content="开心农场小游戏是以农场为背景的经营类flash游戏，开心农场进不去，来猫扑开
 心农场，开心农场玩家扮演一个经营者，猫扑Hi上的开心农场小游戏可以在这进行开心农场注册登陆在线玩，比开心农场功能
 更强大" />
<link href="http://mopimg.cn/favicon.ico" type="image/x-icon" rel="shortcut icon" />
<link href="http://mopimg.cn/hicss/base/layout.css?v=9794" type="text/css" rel="stylesheet" />
<link href="http://mopimg.cn/hicss/module/navigationpro.css?v=9794" type="text/css"
 rel="stylesheet" />
```

（3）在网页中滥用标签

具体做法：在网页中堆砌大量标签。

很多人为了网站能够快速地得到好的搜索排名，不惜在网页中泛用、滥用包含 B、Strong、H 等标签。这种情况则会带来搜索引擎的“优化过度”判定及降权惩罚。

（4）制造大量的外部链接

具体做法：通过群发方式或拜访链接工厂为网站制造大量的无关外部链接。

实际上过多的低质量外部链接非但不会对网站优化有所帮助，甚至有可能遭到来自搜索引擎的惩罚。因为在这点上 Google 尤为慎重仔细。

9.6.2　会引起搜索引擎惩罚的黑帽 SEO 作弊手法

黑帽 SEO 作弊手法层出不穷，早前流行的手法，随着时间的推移，也就成为了“过时货”。感觉黑帽和搜索引擎一直在斗法。下面总结一下会引起搜索引擎惩罚的黑帽 SEO 作弊手法。

（1）隐藏文字和链接

现在最常见的多用 css 和 js 脚本控制，这也是挂黑链最常用的方式。把文字定位到不可见区域，或者将文字放在不显示的层上，这样都可以达到效果。某些隐藏文字，如用 js 写出来的定位

到不展现层是很难发现的，搜索引擎检测的时候的确有些困难，不过一旦人工审查就非常容易了，因为有的用户或者其对手都可能像搜索引擎举报。隐藏文字被发现的确容易引起惩罚，风险也比较大。

（2）垃圾链接

垃圾链接带有非常强的目的性。通常是只为了链接；链接锚文基本都是目标关键词。现在大量的垃圾链接都是通过各种群发软件来完成该功能的。其实，对于垃圾链接搜索引擎绝对是可以判断出来的。搜索引擎对于垃圾链接的判断处罚与隐藏链接相近。

（3）页面替换

作弊者先使用普通的关键词做网站排名，网站内容也高度相关，一旦排名上去了，立刻换掉页面内容，换成一些违反法律法规的内容。也许这样的页面关键词排名，因为搜索引擎的原因，能延续一段时间。但是，网站的这个排名最终还是会很快消失的，然后所要面临的就是网站被降权或删掉。

（4）链接农场

一个网站或者网站的一部分没有实质内容，全是了为做链接而存在，链接到其他不同的网站，其他网站再链接回来，互相交错形成链接农场。这种 SEO 作弊手法，现在搜索引擎已经能够容易判断了。一旦被认为有这样的特征或被判定是链接农场，那么网站被降权惩罚是必然的了。站长应当注意判断，避免与链接农场这一类网站发生各种关联。

（5）隐藏页面

此种方法的主要思路是，根据程序判断来访者是用户还是搜索引擎，然后以此返回不同的页面。随着搜索引擎的技术完善，隐藏页面作弊的网站基本上逃离不掉被严惩的命运，比如搜索引擎发出普通用户一样的匿名蜘蛛，一旦抓取到隐藏页面，作弊者将会面临惩罚。

（6）桥页/门页

大部分桥页由软件生成，主要针对长尾关键词，用户体验几乎为零。作弊者一般在桥页上放置一个大号链接，这是其真正需要优化的网站，第二种就是采用跳转，跳转到主网站。这个可以说是现在最容易被判断出来的 SEO 作弊，已经过时了千万不要使用，否则后患无穷的。

第 10 章

监测和分析网站数据流量

网站流量统计分析，是指在获得网站访问量基本数据的情况下，对有关数据进行统计、分析，以了解网站当前的访问效果和访问用户行为并发现当前网络营销活动中存在的问题，并为进一步修正或重新制定网络营销策略提供依据。

10.1 网站流量数据统计概述

通常说的网站流量是指网站的访问量，是用来描述访问一个网站的用户数量以及用户所浏览的网页数量等指标。常用的统计指标包括网站的独立用户数量、总用户数量（含重复访问者）、网页浏览数量、每个用户的页面浏览数量、用户在网站的平均停留时间等。

网站流量统计分析的基础是获取网站流量的基本数据，这些基本数据就是网站流量统计指标，常用来对网站效果进行评价，主要包括以下指标。

1. 独立访问者数量（Unique Visitors）

独立访问者数量，有时也称为独立用户数量，是网站流量统计分析中另一个重要的数据，并且与网页浏览数分析之间有密切关系。独立访问者数量描述了网站访问者的总体状况，指在一定统计周期内访问网站的数量（例如每天、每月），每一个固定的访问者只代表一个唯一的用户，无论他访问这个网站多少次。独立访问者越多，说明网站推广越有成效，也意味着网络营销的效果越有效果，因此是最有说服力的评价指标之一。

相对于页面浏览数统计指标，网站独立访问者数量更能体现出网站推广的效果。从独立访问者数量的变化，大致上可以看出所实施的网络营销效果如何。一般流量分析软件都会按日期画出图像，非常直观，可以很清楚地看到 SEO 的总体效果。另外，从独立 IP 数也可以看到流量和某些特定的优化工作有密切的关系。

2. 重复访问者数量（Repeat Visitors）

重复访问者数量反映了站点用户的忠诚度。站点用户的忠诚度越高，重复访问者的数量越高。

3. 页面浏览数（Page Views）

在一定统计周期内所有访问者浏览的页面数量。如果一个访问者浏览同一网页三次，那么网

页浏览数就计算为三个，页面浏览数常作为网站流量统计的主要指标。

4. 每个访问者的页面浏览数（Page Views Per User）

每个访问者的页面浏览数是一个平均数，即在一定时间内全部页面浏览数与所有访问者相除的结果，即一个用户浏览的网页数量。这一指标表明了访问者对网站内容或者产品信息感兴趣的程度，也就是常说的网站“粘性”。

5. 具体文件或页面的统计指标

这样指标主要是针对具体每个文件的浏览和下载量，如页面显示次数、文件下载次数等。在流量统计中，受访页面统计数据可以反映具体页面的来访情况。通过这些具体的页面统计指标的分析，可以迅速看出最近用户的访问热点，也可以获知站点的那些页面及其对应的关键词在搜索引擎中表现较好。

10.2 案例 1——通过 CNZZ 检测网站流量

CNZZ 是由国际著名风险投资商 IDG 投资的网络技术服务公司，拥有全球领先的互联网数据采集、统计和挖掘三大技术。

（1）CNZZ 的网址为 www.CNZZ.com，首页页面如下图所示。



（2）在上图中的站长统计中可以查看网站的数据流量。如果用户没有注册，可以单击“免费注册”按钮，然后根据提示注册成为站长用户，登录后的效果如下图所示。



（3）其中“网站概况”模块中，显示了网站的浏览次数、独立访客个数，IP 地址个数、新独立访客个数和访问次数等，另外还有当日回头访客的百分比、访客平均访问频度、平均访问时长、平均访问深度和人均浏览次数等分析数据，如下图所示。



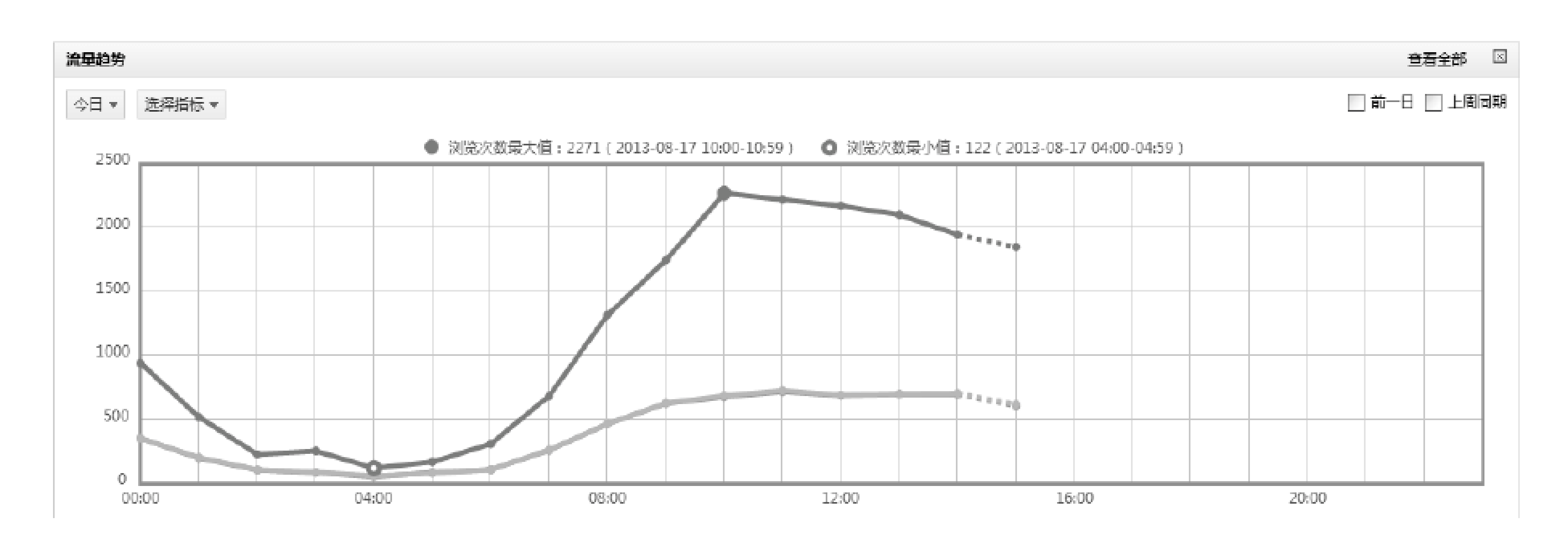
网站概况（2013-08-17）

统计开通日期：2009-05-26　　CNZZ网站排名：28446　查看Alexa排名　网站测速：尚未开通测速

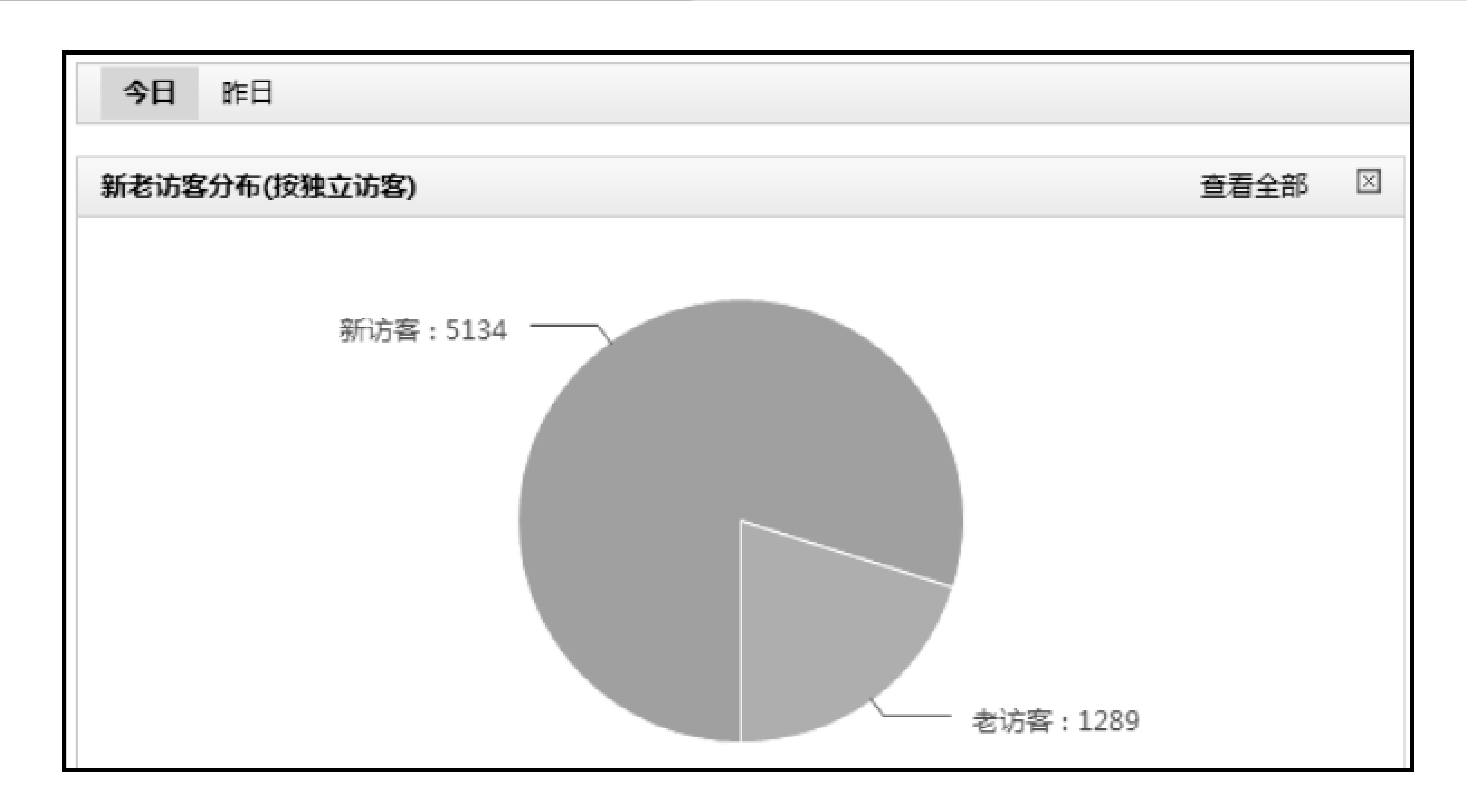
	浏览次数(PV)	独立访客(UV)	IP	新独立访客	访问次数
今日	18875	6522	6463	5220	8123
昨日	36244	12310	12089	10118	15440
今日预计	38179	12542	12422	10170	15753
昨日此时	18078	6469	6361	5247	8000

	当日回头访客(占比)	访客平均访问频度	平均访问时长	平均访问深度	人均浏览页数
今日	1001(15.35%)	1.25	2分45秒	2.32	2.89
昨日	1900(15.43%)	1.25	2分56秒	2.35	2.94

（4）在“流量趋势”模块中，显示当日浏览次数最大值和浏览次数最小值的两个曲线，如下图所示。



（5）在“新老访客分布”模块中，显示了按独立访客的分布饼形图，如下图所示。



（6）在“来路域名 TOP10”模块中，显示了访问的来源、来访次数和占来访来源的百分比。

来路域名TOP10(按来访次数)　查看全部

来源	来访次数	占比
www.sogou.com	2462	30.31%
直接输入网址或书签	2228	27.43%
www.baidu.com	1488	18.32%
so.360.cn	565	6.96%
www.so.com	204	2.51%
www.soso.com	147	1.81%
www.tudou.com	144	1.77%
www.97779.com	103	1.27%
wenwen.soso.com	76	0.94%
cn.bing.com	63	0.78%

（7）在“搜索词 TOP10”模块中，显示了按搜索词的不同，来访的次数和所占的百分比的情况。

搜索词TOP10(按来访次数)　查看全部

搜索词	来访次数	占比
百助网	196	2.41%
电影下载网站 免费	187	2.3%
电影 一年之痒 资源下载	103	1.27%
百助	100	1.23%
电视剧 假如生活欺骗了你 资 ...	63	0.78%
电影下载 免费下载	62	0.76%
电影 冰封侠3D 资源下载	61	0.75%
电视剧下载网站 免费	60	0.74%
百助电影网	51	0.63%
电影下载	32	0.39%

10.3 常见的流量统计系统

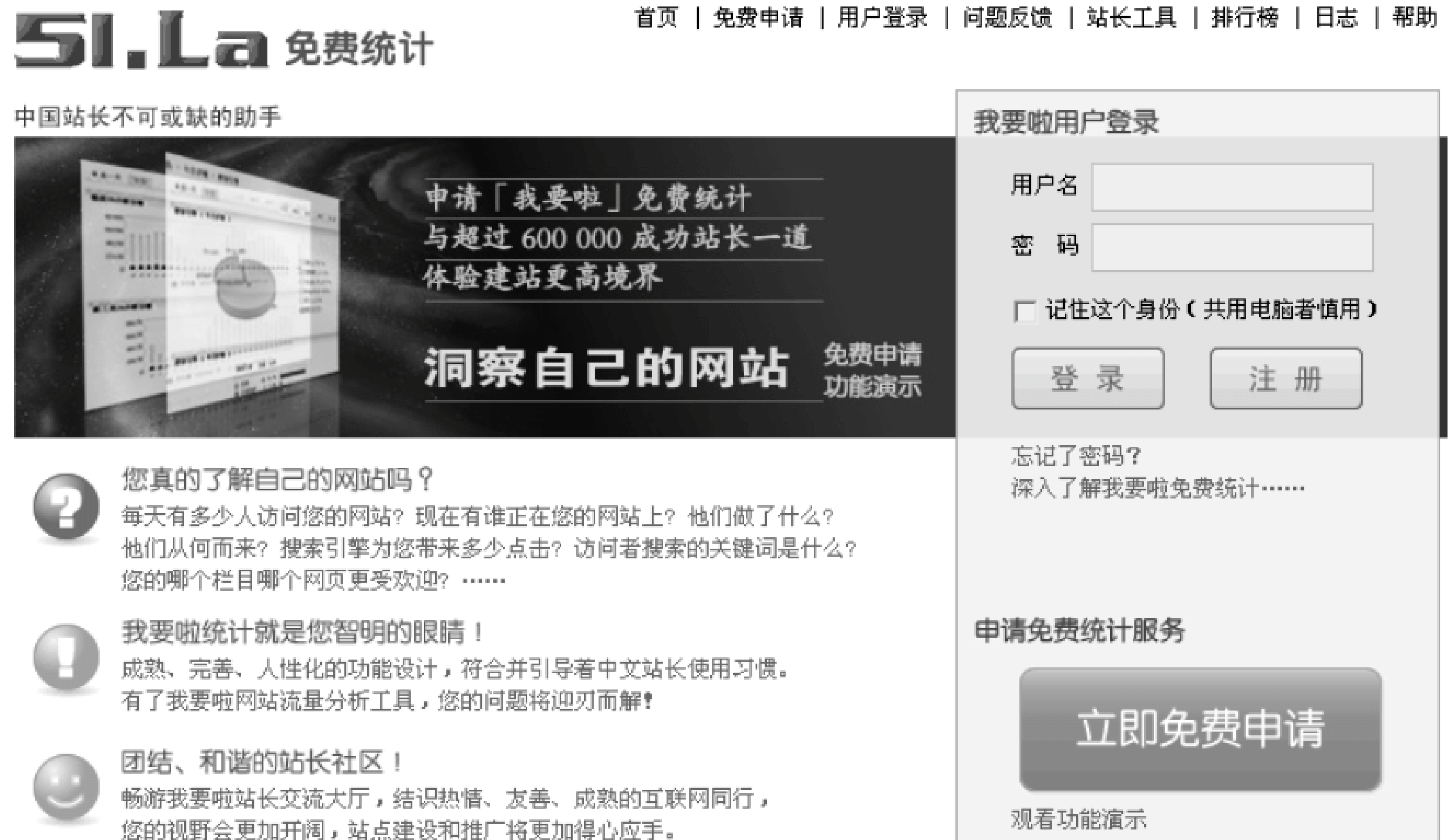
下面介绍最常见的流量统计系统。

1. 51.La 网站

51.La（我要啦）网站是免费流量统计技术服务提供商，为互联网各类站点提供第三方数据统计分析。让站长了解网站现状，把握网站脉搏，是国内最经典的统计服务。“我要啦”网站的功能是所有统计服务中比较丰富的，连不重要的屏幕颜色、屏幕分辨率都可以查到。不过比较实用的功能还是关键词分析功能，可以通过这一功能了解到访客是通过搜索哪些关键词找到了网站。

另外网站排名、SEO 数据分析等对于了解网站的概况也很有用处。“我要啦”，网站的缺点就是有少数时间会对页面载入速度有一定的影响，毕竟它要统计的功能太多了。此外，“我要啦”网站的统计代码为了保证绝对有效，连客户端不支持 JavaScript 的情况都考虑到了。

“我要啦”网站的网址为 http://www.51.la/，首页页面如下图所示。



2. 51Yes 网站

51Yes 是一家从事互联网产品开发的专业公司，经过多年的改进和完善，为中国的站长免费提供了高质量的统计服务。

51Yes 网站的网址为 http://www.51yes.com/。查看网站综合统计的页面如下图所示。可以看出 51Yes 网站流量统计的非常细致。



3. 百度统计

百度统计是百度推出的一款免费的专业网站流量分析工具，能够告诉用户访客是如何找到并浏览用户的网站，在网站上做了些什么，有了这些信息，可以帮助用户改善访客在用户的网站上的使用体验，可以不断提升网站的投资回报率。

百度统计提供了几十种图形化报告，全程跟踪访客的行为路径。同时，百度统计集成百度推广数据，帮助用户及时了解百度推广效果并优化推广方案。

基于百度强大的技术实力，百度统计提供了丰富的数据指标，系统稳定，功能强大但操作简易。登录系统后按照系统说明完成代码添加，百度统计便可马上收集数据，为用户提高投资回报率提供决策依据。是提供给广大网站管理员免费使用的网站流量统计系统，帮助用户跟踪网站的真实流量，并优化网站的运营决策。

目前百度统计提供的功能包括流量分析、来源分析、网站分析等多种统计分析服务，更多统计分析服务将在后续推出。百度统计的网址为 http://tongji.baidu.com/web/welcome/login，页面效果如下图所示。



4. Google Analytics

Google Analytics 是一个非常专业的流量统计服务。所评测的流量统计分析服务应该包含如下

功能的统计分析：独立访问数（访问网站的独立用户数目），页面浏览数（所有访问者浏览的页面数量），访问最多的页面，引用入口（用户从哪里过来的），弹出率（用户是在哪个页面退出的），用户客户端软硬件情况（操作系统、浏览器版本、显示分辨率等）。

通过这些数据的二次统计分析，可以得出一些数据背后的分析信息，例如通过页面总浏览数/独立访问数，可以得到每个用户访问时的浏览页面总数目，用这个数目可以分析网站内容的“粘度”，内容质量越高，越吸引人，其数值就越高。

Google Analytics 网站的网址为 http://www.google.com/analytics/，页面效果如下图所示。



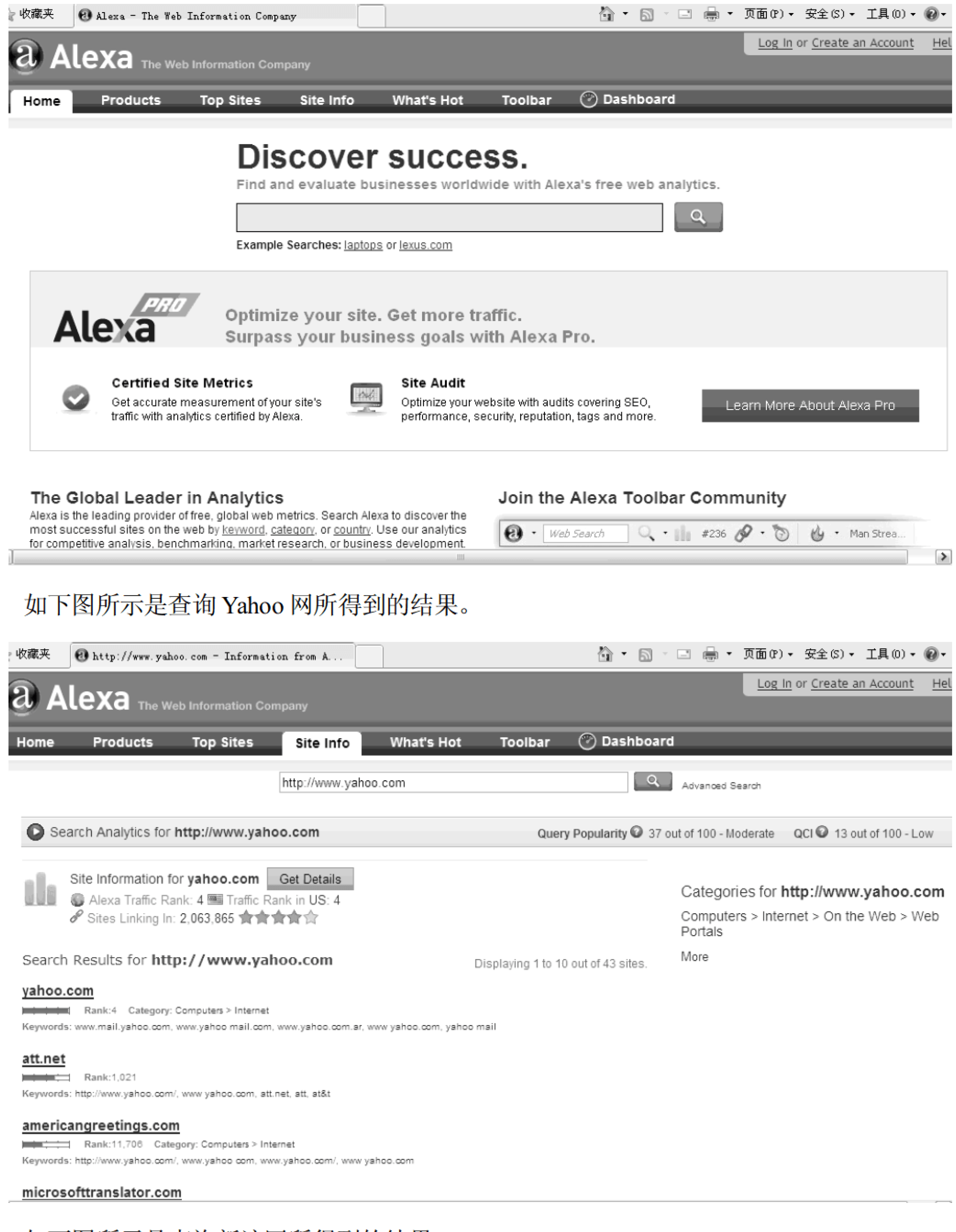
10.4 案例 2——使用流量查询工具

网站的流量关系着网站的“命脉”。通过流量查询工具，能让 SEOer 或者站长及时掌握自己网站以及竞争对手网站流量的相关数据。下面介绍几款流量查询常用的工具。

10.4.1　Alexa 流量查询

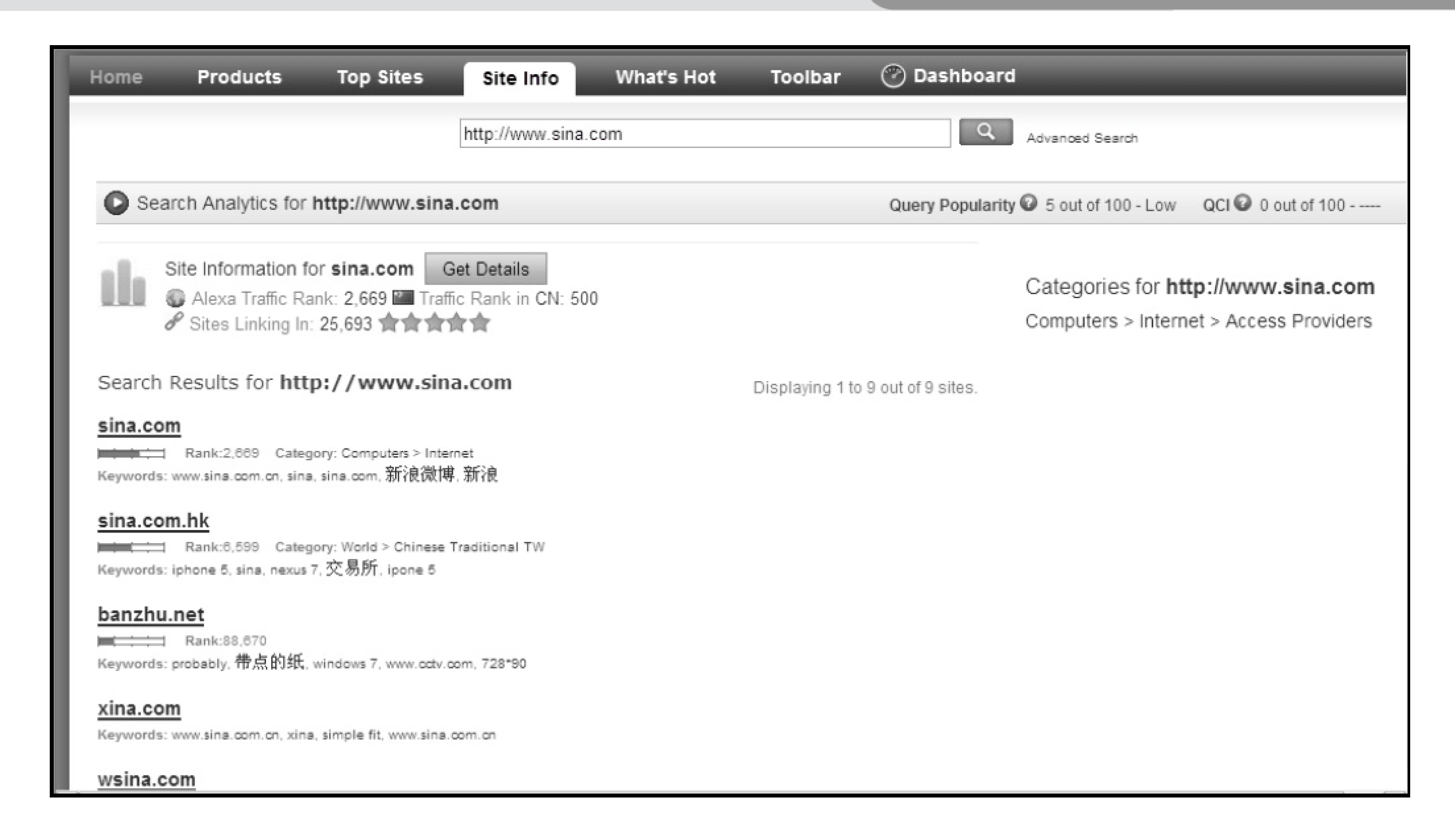
Alexa 免费提供 Alexa 排名官方数据查询，网站访问量查询，网站浏览量查询，排名变化趋势数据查询。

通过网址 http://www.alexa.com/，进入如下图所示的 Alexa 网站页面，可以进行流量的查询操作。



如下图所示是查询 Yahoo 网所得到的结果。

如下图所示是查询新浪网所得到的结果。

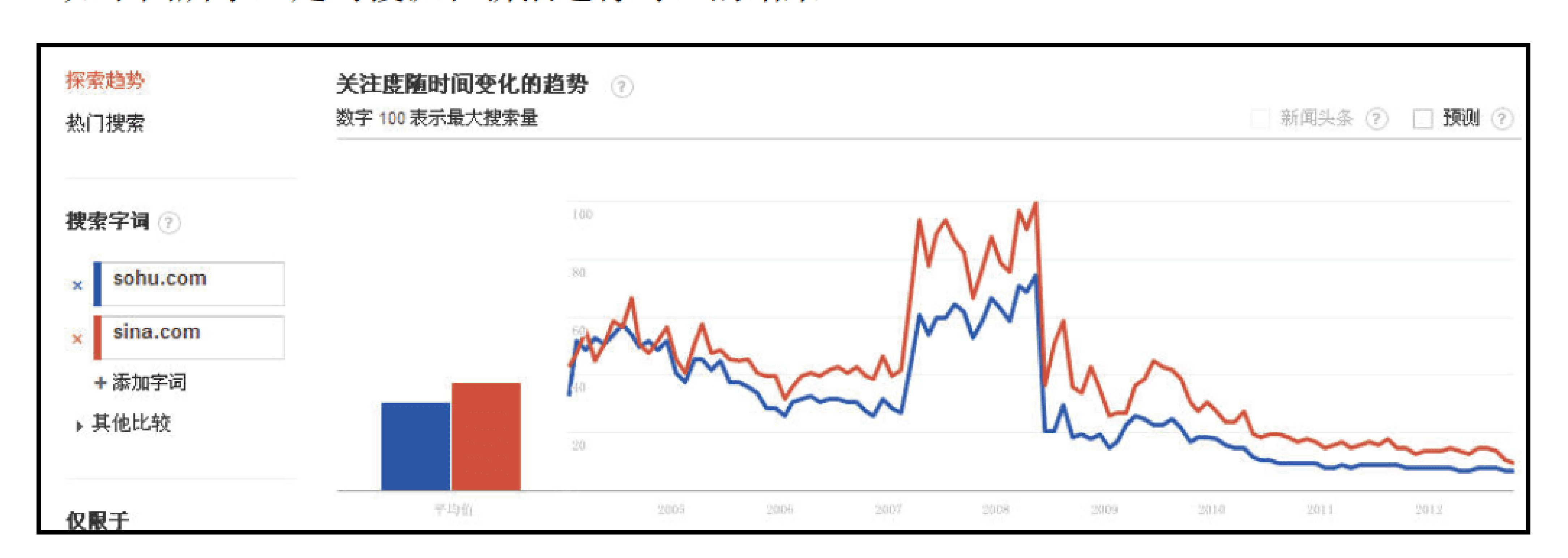


10.4.2　Google Trends for Websites

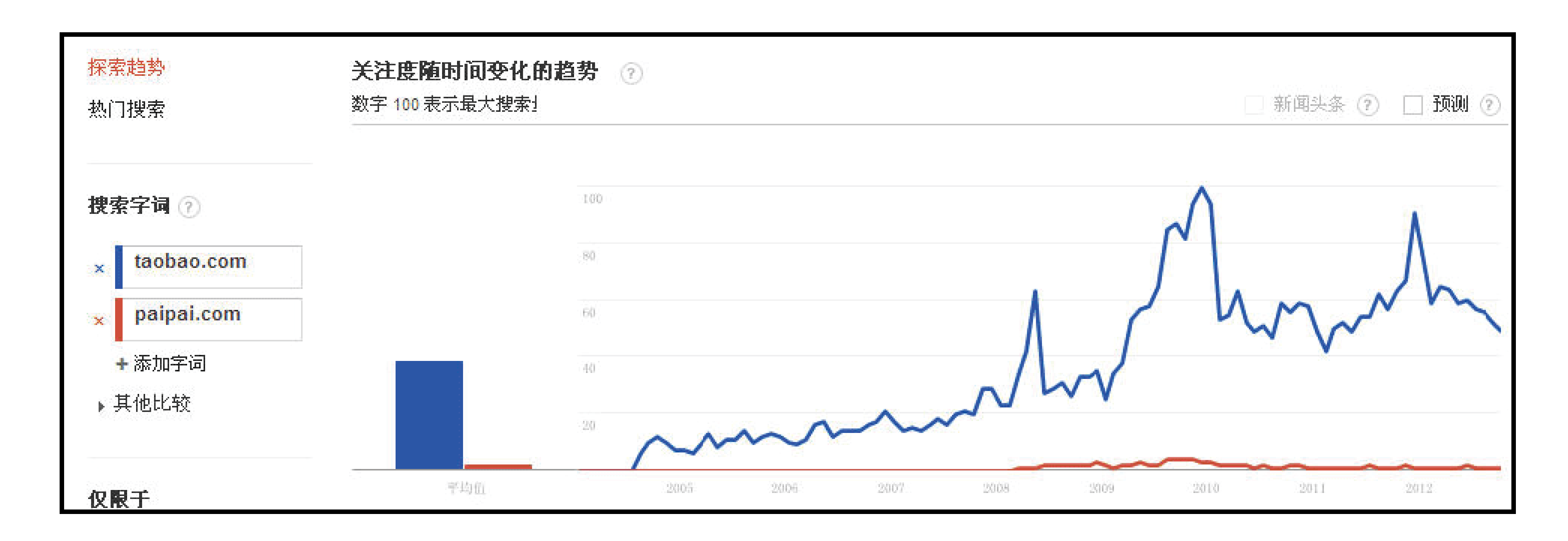
Google Tredns for Websites 的功能与 Google Tredns 类似。不过它的访客观看网站的趋势，而不是关键字的趋势。有 4 个主要的部分：

- 每天网站访客流量。最近一年的日流量将以线性图表的方式显现出來。一般的图表不标明数目 。若想知道数量，必须登录 Google 账号。
- 访客来源处。可以看到该网站的访客是从哪些国家及哪些地区来的。
- 该网站的访客同时去了哪些网站。列在这里的网站，通常就是该网站的竞争对手。
- 该网站的访客也用了哪些关键字来搜寻。从这里，访客可以看到该网站从搜索引擎来的流量是经过哪些关键字的。

如下图所示，是对搜狐和新浪进行对比的结果。



如下图所示，是对淘宝和腾讯拍拍进行对比的结果。从而可以发现搜狐与新浪流量上的竞争有多激烈。

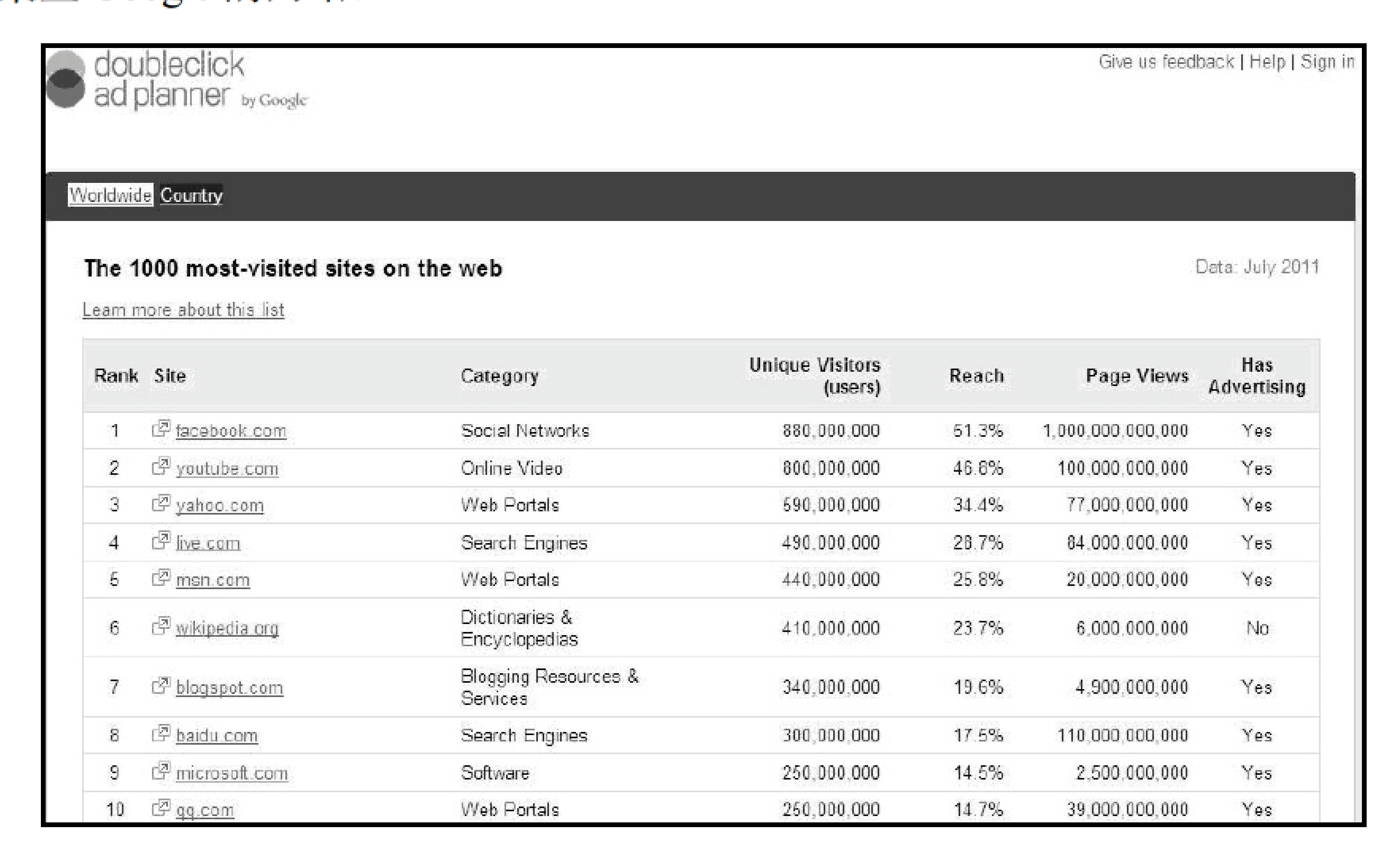


10.4.3 Double Click Ad Planner

Google 在网站上发布的 2011 年网站访问量排名前 1000 名的网站。如下图所示是 1000 名中前 10 位的网站。网站排名是通过 Doubleclick Ad Planner（Google 旗下公司）收集的浏览器数据来确定的。

Doubleclick Ad Planner 综合了各种来源的信息，包括来自选择加入增强性能的用户隐藏 Google 工具栏的总数据、发布者加入隐藏 Google 的分析数据、加入外部 消费者特定小组的数据和其他第三方市场调查。

Google 并未录入某些特定类型的网站，如成人网站、广告网络、不公开可见内容或不能下载的域名及某些 Google 的网站。


doubleclick ad planner by Google

Give us feedback | Help | Sign in

Worldwide Country

The 1000 most-visited sites on the web

Data: July 2011

Learn more about this list

Rank	Site	Category	Unique Visitors (users)	Reach	Page Views	Has Advertising
1	facebook.com	Social Networks	880,000,000	51.3%	1,000,000,000,000	Yes
2	youtube.com	Online Video	800,000,000	46.6%	100,000,000,000	Yes
3	yahoo.com	Web Portals	590,000,000	34.4%	77,000,000,000	Yes
4	live.com	Search Engines	490,000,000	28.7%	84,000,000,000	Yes
5	msn.com	Web Portals	440,000,000	25.8%	20,000,000,000	Yes
6	wikipedia.org	Dictionaries & Encyclopedias	410,000,000	23.7%	6,000,000,000	No
7	blogspot.com	Blogging Resources & Services	340,000,000	19.6%	4,900,000,000	Yes
8	baidu.com	Search Engines	300,000,000	17.5%	110,000,000,000	Yes
9	microsoft.com	Software	250,000,000	14.5%	2,500,000,000	Yes
10	qq.com	Web Portals	250,000,000	14.7%	39,000,000,000	Yes

10.5 案例 3——通过站长工具获取优化数据

本章进一步学习网站优化工具的操作与使用技巧。例如，对网站的优化过程中一些数据的获得。主要介绍以下几点操作方法：

比如，网站的 whois、IP 查询，以及网站速度测试等，在实际的操作过程中，少不了这样的工作。下面仍以“站长工具”网站为例，来介绍这些内容的查询与测试的操作方法。

“站长工具”网站的网址为 http://tool.chinaz.com/，下面讲述如何获取一些优化数据。

10.5.1　whois 查询

选择如下图所示站长工具中的“whois 查询”，并且输入域名 www.163.com。



单击“whois 查询”按钮，得到如下图所示的查询结果，就是网易网站的相关信息。



10.5.2　IP 查询

在如下图所示的界面中，输入域名 www.163.com，单击“查询”按钮。可进行网站 IP 查询的相关操作。

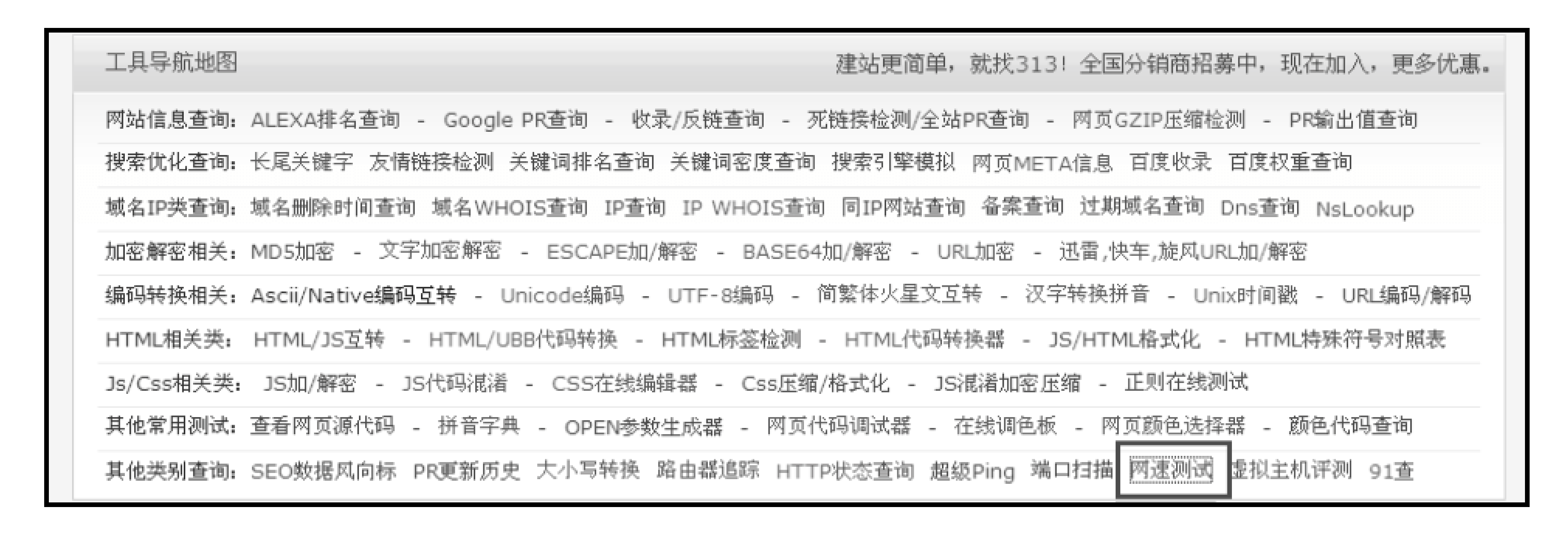


如下图是查询网站后得到的 IP 地址及其物理位置的信息，可以了解到网易的服务器在广东。

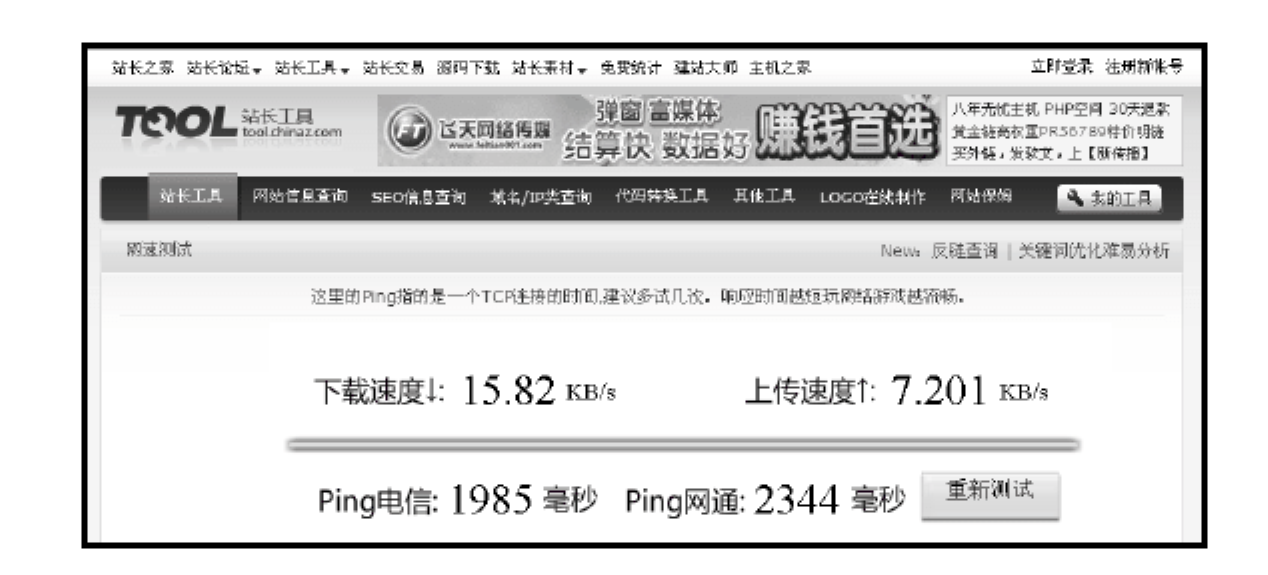


10.5.3 网站速度测试

通过选择如下图所示界面中的“网速测试”可以对所使用的网络的网速进行测试。



如下图所示是对所使用的网络的速度的测试。



10.6 案例 4——使用网站分析工具

对网站进行分析，是为了更好地了解网站，从而更好地提升网站质量。为了实现这个目的，可以借助网站分析工具来达到这方面的目标。本节将介绍比较实用的网站分析工具 Google Analytics 和百度统计。

10.6.1　Google Analytics

Google Analytics 是 Google 为网站提供的数据统计服务。可以对目标网站进行访问数据统计和分析，并提供多种参数供网站拥有者使用。登录 Google 网站管理员工具后，就能看到该工具，另外还有 AdWords 等，如下图所示。



1. 创建原始数据配置文件

原始数据非常重要，所以建议任何一个 Google Analytics 账户都要设置一个原始配置文件，设置中突出过滤公司内部访问，其余不进行设置。如下图所示为添加配置文件页面。

创建新的网站配置文件

选择网站配置文件类型

请确定您是希望为现有域创建额外配置文件，还是创建用来跟踪新域的配置文件。

○ 为新域添加配置文件　　OR　　◉ 为现有域添加配置文件

为现有域添加配置文件

选择域：http://www.wuzhisong.com

配置文件名称：原始数据配置文件

时区所在国家或地区：中国

时区：(GMT+08:00) 中国时间 - 北京

取消　继续

2. 创建用于测试的配置文件

通过测试各种过滤器是否正常工作，在测试通过之后，没问题了，才将其应用到其他配置文件中。

3. 创建细分渠道流量来源的配置文件

主要可用于 Google Analytics 账户分部门分岗位分配权限。因为如果一开始就把流量细分出来的话，可避免历史数据不会被同步的情况发生。主要创建细分 SEO 流量的配置文件、细分 SEM 流量的配置文件、以及其他渠道流量来源的配置文件。

4. 创建包含和过滤官网主机名的配置文件

这项工作主要是实现包含官网主机名的配置文件以及过滤官网主机名的配置文件的创建。

5. 创建过滤内部访问的过滤器

可以专门创建一个配置文件，创建仅包含公司内部访问的过滤器来看看到底有多少访问是内部产生的。如何创建过滤器，如下图所示。

创建新过滤器
输入过滤器信息
过滤器名称：过滤内部访问范例
过滤器类型：预定义过滤器 自定义过滤器
排除
包含
小写
大写
搜索和替换
高级
过滤字段 访问者 IP 地址
过滤模式 63.212.171.1
区分大小写 是 否
过滤器帮助：排除 > 访问者 IP 地址

10.6.2 百度统计

“百度统计”界面如下图所示，是百度推出的一款免费的专业网站流量分析工具，能够显示访客是如何找到并浏览的网站，在网站上做了些什么，有了这些信息，站长可以改善访客在网站上的使用体验，不断提升网站的投资回报率。作为最大的中文搜索引擎，百度有着其自身的竞争力。



关于百度统计，其中最实用的内容应该是其如下图所示的“报告”选项卡中的各项数据，以及该界面中左侧的各种选项。通过这些选项的数据，就能够帮助实现对网站的分析。



10.7 案例 5——经常跟踪行业热点

作为网站的站长，要经常跟踪行业的热点，可以从以下几个方面来具体地跟踪。

1. 百度指数

“百度指数”是以百度网页搜索和百度新闻搜索为基础的免费海量数据分析服务，用以反映不同关键词在过去一段时间里的“用户关注度”和“媒体关注度”，可以发现、共享和挖掘互联网上最有价值的信息和资讯，直接、客观地反映社会热点、网民的兴趣和需求。百度指数可以查询到具体某一关键词的页面搜索次数。百度指数是目前最重要的关键词分析工具之一。

百度指数的网址为 http://index.baidu.com/，如下图所示。



例如以“兰陵王”为例，其百度指数搜索结果中可以看出最近的用户关注度和媒体关注度。



2. 百度风云榜

百度风云榜是基于大量搜索用户的查询日志和单击日志，折射社会热点，为用户提供关键词

社会关注度查询服务的产品。只是由于百度搜索的市场地位，使得该榜含金量更高。

百度风云榜的网址为 http://top.baidu.com/，页面如下图所示，可以看出“实时热点”、“七点关注”和“今日上榜”等。



第 11 章

网站优化工具案例实战分析

工欲善其事，必先利其器。合理地利用网站优化工具，对网站优化工作可以起到事半功倍的效果。所以网站优化人员要快速了解并掌握常见的网站优化工具。包括关键字查询工具、关键字排名查询工具、关键密度查询工具、外链检查工具、网站管理员工具和蜘蛛模拟工具等等。

11.1 案例 1——利用“百度指数”查询关键字

如果主要是针对百度进行搜索引擎优化的，那么在确认关键词的时候，建议参考百度指数。作为关键字查询工具，“百度指数”是必不可少的一个工具。

（1）仍以“连衣裙”这个关键词为例，在“百度指数”中输入该关键词，查看相关的数据，如下图所示。



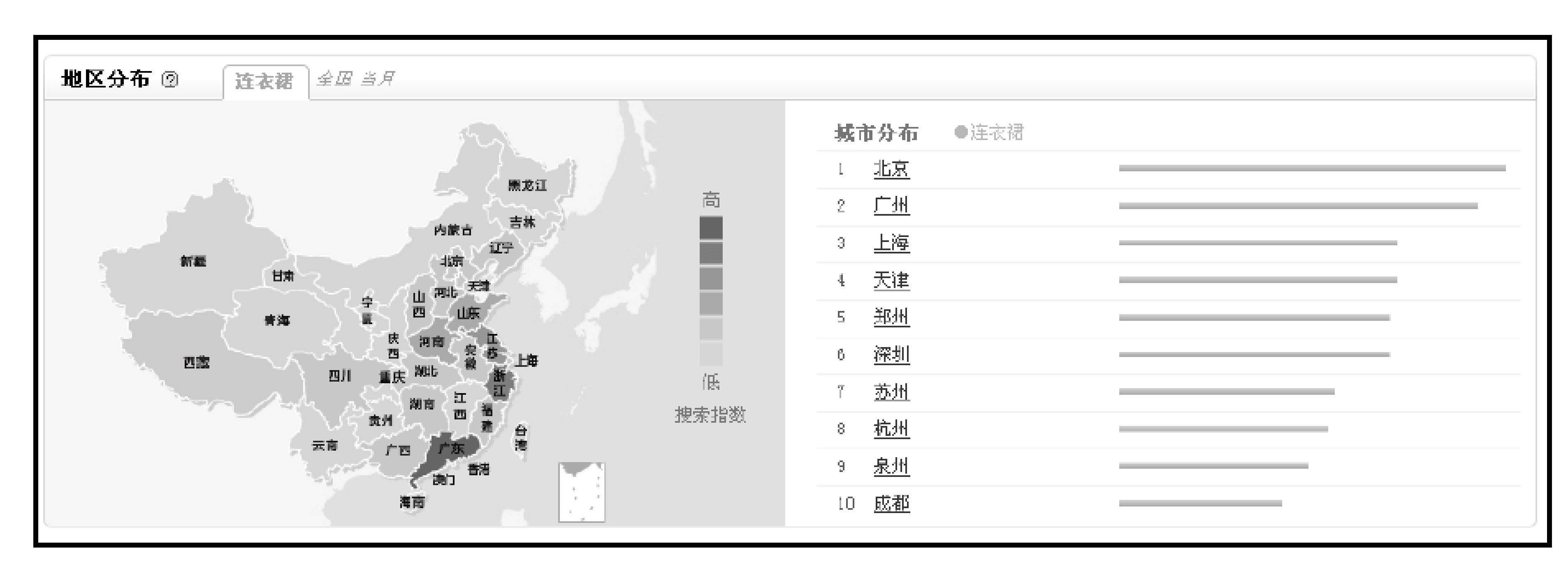
（2）如下图所示，是百度指数给出的关于“连衣裙”的相关关注度。



（3）通过“相关检索词”区域所列的内容，可以作为选择关键词时的参考。如下图所示，是“连衣裙”的相关关键词“长袖连衣裙”、“豹纹连衣裙”等这些还可以作为长尾关键词的选择对象。



（4）通过如下图所示的“地区分布”结果。可以了解不同地区的人对此关键词的搜索结果，从而了解不同区域内的人们对连衣裙的需求。



（5）通过如下图所示的“人群属性”结果。可以了解不同年龄层次的人对“连衣裙”的需求。



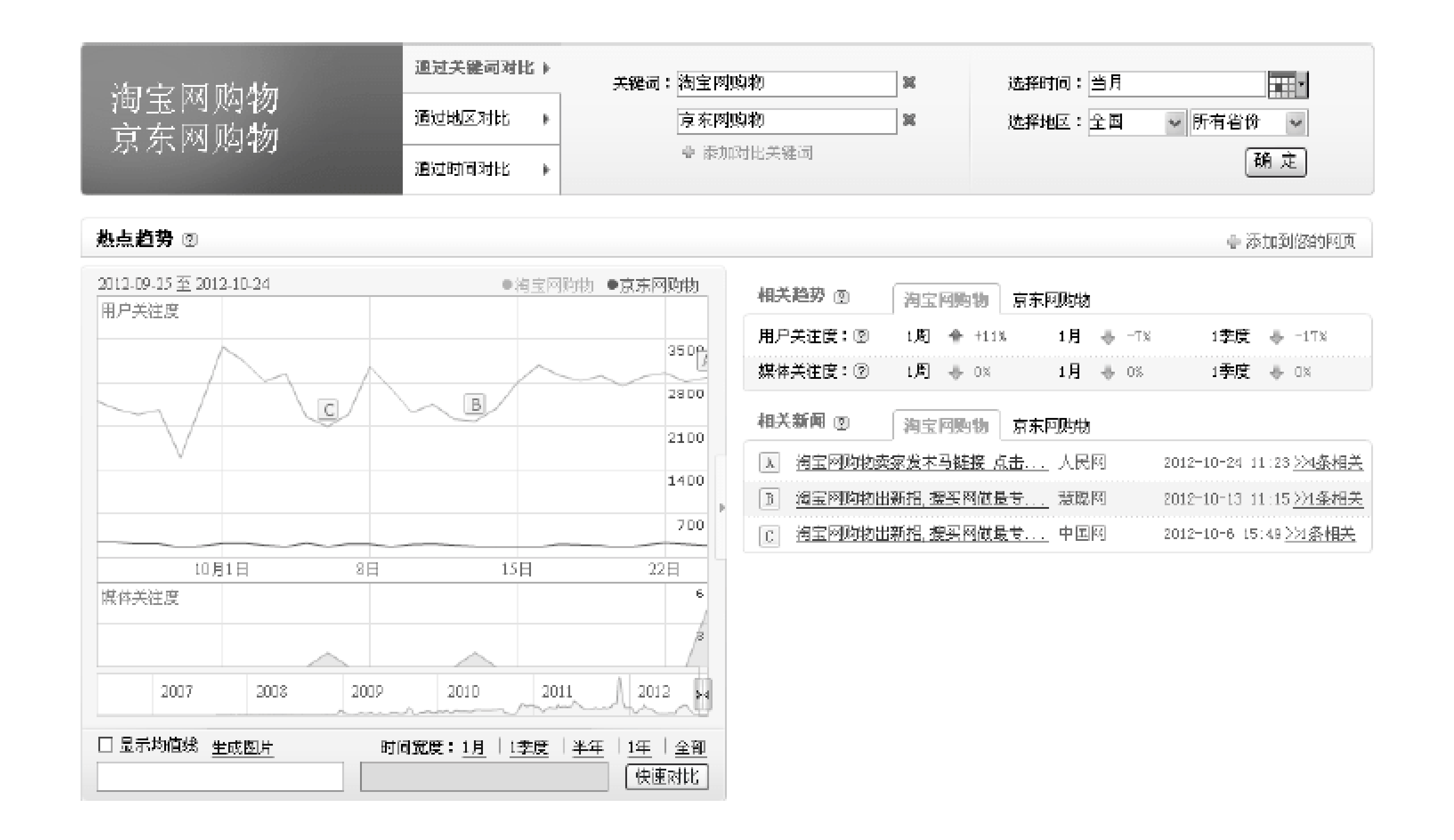
（6）通过如下图所示的结果，可以了解到不同时间用户搜索关键词“连衣裙”的详细数据，从而进一步掌握用户关注度。



（7）这里以关键词“购物”为例，分别对“淘宝网购物”和“拍拍网购物”这两个关键词进行比较，得到的结果如下图所示。



（8）如下图是对“淘宝网购物”和“京东网购物”这两个关键词进行比较，所得到的结果。下图下方内容为得出的结果。



11.2 案例 2——利用 Google 工具查询关键词

因为 Google 是常用的搜索引擎，所以与其相关的工具也是需要重点掌握的内容，以便于今后在进行搜索引擎优化过程中使用。下面先介绍两款与 Google 相关的关键词查询工具 Google Trends 和 Google Adwords。

11.2.1 Google Trends

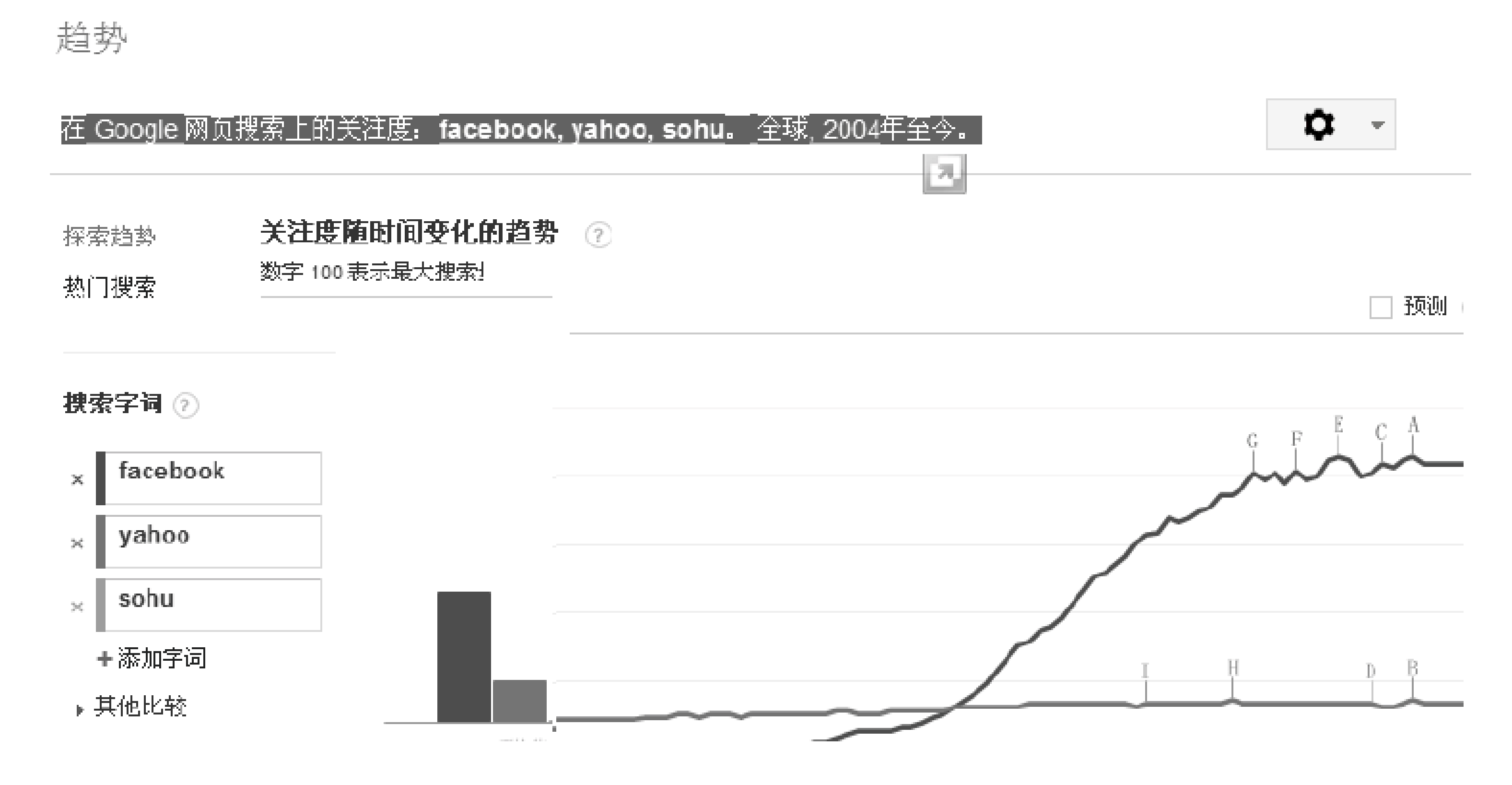
如下图所示的是 Google Trends 的界面。Google Trends 又称 Google 趋势。这个工具可以分析所有网站的流量及其网站的受欢迎程度，它还可以用图表的方式比较同类网站的流量。



以 facebook、yahoo、sohu 这三个关键词为例。在搜索框中输入“facebook,yahoo,sohu”这三

个关键词，中间用逗号隔开，执行“了解”按钮，进行分析操作。下面给出的是关于 Google Trends 的分析结果。

（1）如下图所示，是关键词 facebook、yahoo、sohu 在 Google 中的变化的趋势。根据给出的结果，排名依次是 facebook、yahoo、sohu。



（2）该工具还提供了区域的对比功能。如下图所示分别是上述关键词不同区域的关注度，最明显的就是 sohu 在中国的关注度，由此也说明了关键词与区域性的紧密关系。







（3）使用此工具能够进行关键词查询。如下图所示的内容，就是最直接的反馈。



相关字词　热门　上升

sina	100
搜狐	85
sohu com	80
sohu 邮箱	70
sohu 首页	65
搜狐首页	60
sohu com 搜狐	55
sohu tv	30
sohu 新闻	20
sohu 视频	15

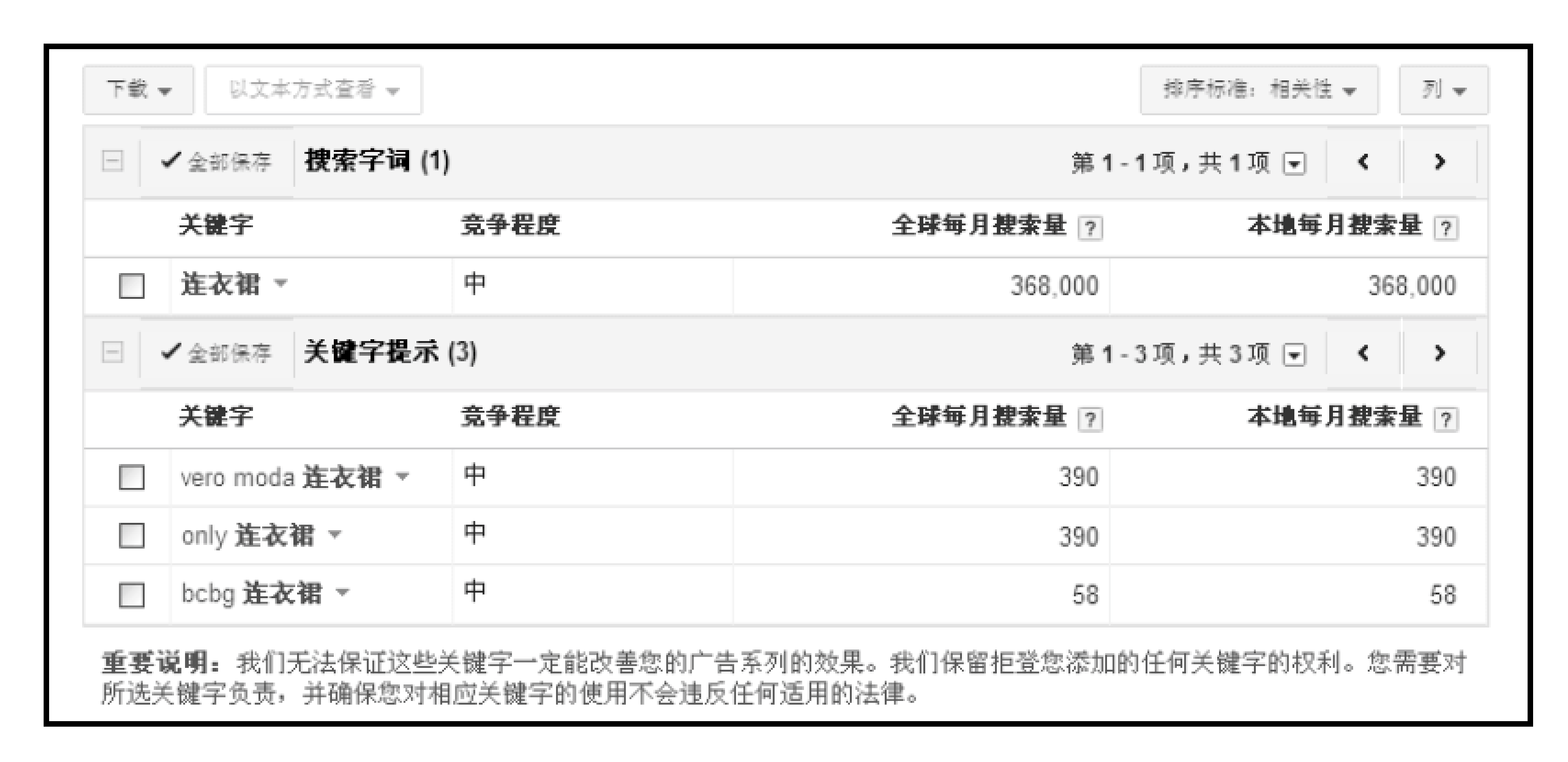
11.2.2　Google Adwords

Google Adwords 是一款关键词查找工具。下面以简单实例，通过查询关键词“连衣裙”来了解该工具的应用。具体操作如下：

进入 Google Adwords 后，分别在“字词或词组”、“网站”、“类别”、“验证”文本框区域中输入内容，以淘宝网的连衣裙为例，分别输入的内容如下图所示，单击“搜索”命令按钮。



最终该搜索结果如下图所示。从中可以得到关键词的竞争度、搜索量等比较有用的数据。



搜索字词 (1)

关键字	竞争程度	全球每月搜索量	本地每月搜索量
连衣裙	中	368,000	368,000

关键字提示 (3)

关键字	竞争程度	全球每月搜索量	本地每月搜索量
vero moda 连衣裙	中	390	390
only 连衣裙	中	390	390
bcbg 连衣裙	中	58	58

重要说明：我们无法保证这些关键字一定能改善您的广告系列的效果。我们保留拒登您添加的任何关键字的权利。您需要对所选关键字负责，并确保您对相应关键字的使用不会违反任何适用的法律。

11.3　案例 3——关键词排名查询工具

关键词作为 SEOer 需要关注排名。进行关键词排名，就少不了用到这方面的工具。下面介绍几款关键词排名查询工具，用来查询关键字的排名。

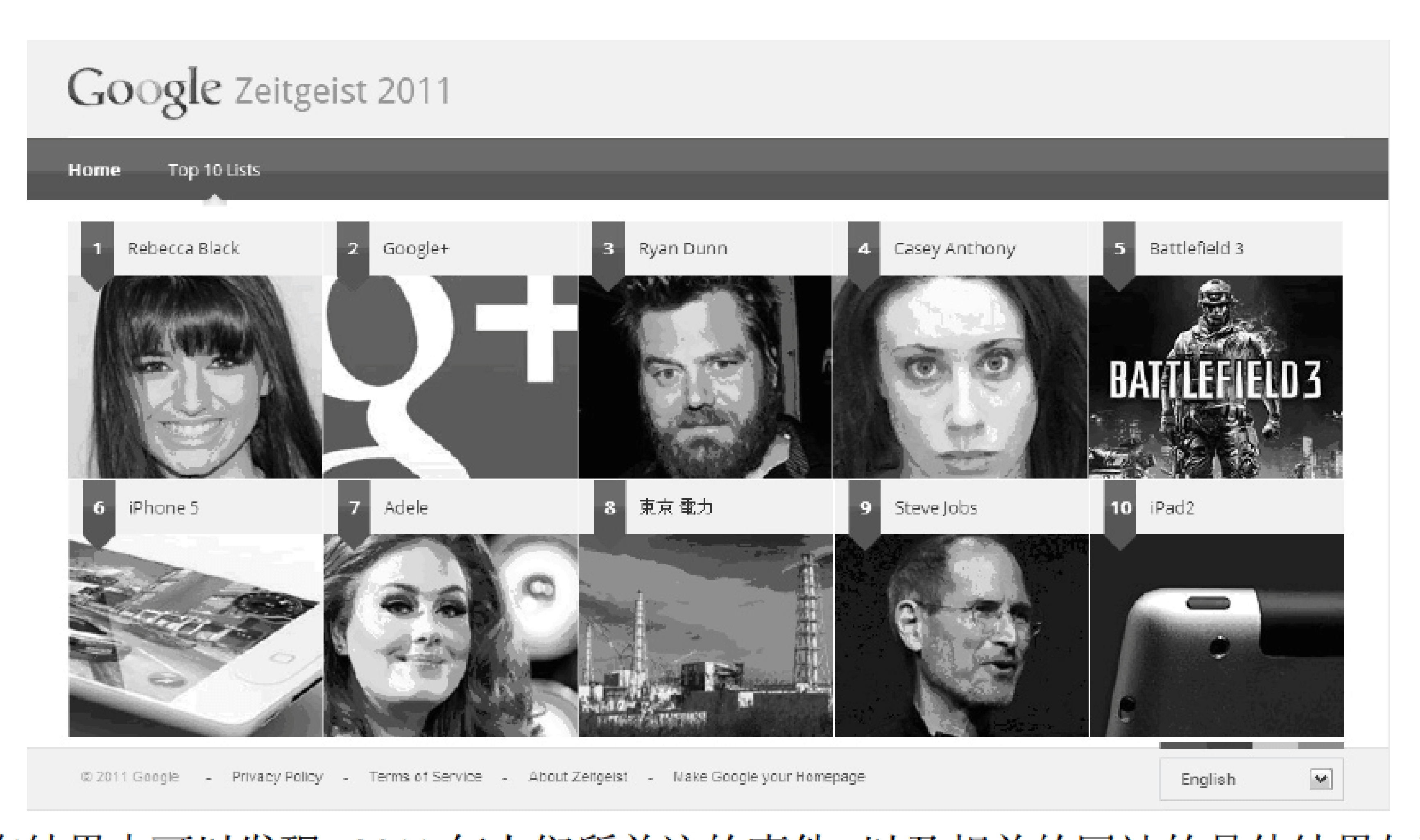
11.3.1　Google Zeitgeist

Google Zeitgeist 是 Google 开发的一款网络查询分析程序。它对每天上百万次的 Google 查询

进行统计，收集人们最关心的关键词，并在 Web 页面中列举出来。其地址为 www.google.com/intl/en/zeitgeist/，界面如下图所示。



该工具给出了最新的 2011 年的搜索量最大的词，如下图所示。



从查询结果中可以发现，2011 年人们所关注的事件，以及相关的网站的具体结果如下图所示。



1.Rebecca Black：在YouTube以一首《Friday》唱红的年仅13岁的萝莉

2.Google Plus：Google的社交网络

3.Ryan Dunn：以出演真人电视而出名，由于车祸而丧生

4.Casey Anthony：被控杀害2岁女儿的母亲，最终一级谋杀罪名被判不成立

5.Battlefield 3：EA第一人称射击游戏

6.iPhone 5：传说中的Apple新手机

7.Adele：发布名为《21》的专辑而一炮打红的22岁年轻女歌手

8.東京 電力：海啸和地震导致核泄漏的核电站所属公司

9.Steve Jobs：逝世的Apple联合创始人兼CEO

10.iPad2：第二代iPad平板电脑

11.3.2　百度搜索风云榜

如下图所示，是百度搜索风云榜的首页效果，从中可以发现用户所关注的焦点。



其中的“百度搜索风向标”是人们搜索的比较热门的一些关键词。如下图所示，该内容是实时变化的，是供找热门关键词的好地方。



以关键词“游戏”为例，如下图所示，是百度搜索风云榜所给出的相关关键词的搜索数据。



11.3.3 搜狗热搜榜

与百度的百度搜索风云榜不同的，搜狗热搜榜是搜索引擎搜狗根据其相关的搜索数据所给出的热门关键词。通过如下图所示的界面，可以进行关键词搜索量的浏览，从而掌握不同关键词在该搜索引擎中的排名情况。



今日上升Top50

排名	关键词	搜索量	相关推荐
1	董静起诉华硕	1395	新闻 说吧
2	燃油税每升1元内	811	新闻 说吧
3	梅兰芳首映	759	视频 新闻
4	前晴	630	图片 说吧
5	陈少勇	555	图片 说吧
6	网友提问马英九	553	新闻 说吧
7	李素丽被抓谣言	547	新闻 说吧
8	TVB裁员名单	540	新闻 说吧
9	雪村新娘	535	图片 说吧
10	百岁老太嫁人	521	新闻 图片

更多>>

一周热点Top50

排名	关键词	搜索量	相关推荐
1	最牛县委书记	2528	新闻 说吧
2	央行大幅降息	1904	新闻 说吧
3	奇拿归来	1538	图片 说吧
4	黄光裕事件	1348	新闻 说吧
5	沃维汉	1345	图片 说吧
6	洪晓蕾	1326	图片 说吧
7	vitas翻唱青藏高?	1301	视频 说吧
8	建行房贷新政细则	1284	新闻 说吧
9	邹林颖	1273	图片 说吧
10	孟买	1264	图片 说吧

更多>>

热门搜索Top50

排名	关键词	搜索量	相关推荐
1	优酷	15805	视频 说吧
2	迅雷	10810	说吧 新闻
3	神墓	10752	说吧 图片
4	nba	10581	视频 说吧
5	qq	10478	说吧 图片
6	126	10474	新闻 说吧
7	开心网	10434	新闻 说吧
8	淘宝	10417	说吧 新闻
9	360	10100	说吧 新闻
10	小说	9988	说吧 图片

更多>>

从搜狗的“热门搜索 TOP50”内容中，分析发现最多是关于资讯类的关键词。如下图所示，此现象从不同程度上反映了该搜索引擎的特点，以及人们的搜索习惯。



热门搜索Top50

排名	关键词	今日搜索	最新发帖	相关推荐
1	美女	3194605	太好玩了,禁止女人看的图片哦	说吧 新闻 图片
2	qq	3377810	凉皮来咯	新闻 说吧 图片
3	人体艺术	3216763	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
4	张筱雨	2006640	张筱雨，我们支持你!!	图片 说吧 新闻
5	小沈阳	1613112	低级趣味	图片 说吧 新闻
6	百度	1415554	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
7	mp3	1102778	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
8	51	1026656	招男朋友	说吧 新闻 图片
9	招聘	902373	日赚300元最火暴的项目加qq1062074180	说吧 新闻 图片
10	123	792431	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
11	刘亦菲	744160	来看下菲菲穿婚纱照	图片 说吧 新闻
12	163	724233	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
13	nba	665614	看高清体育台	说吧 新闻 图片
14	摄影	660837	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
15	自拍	632164	本吧尚未被创建。请注册立刻成为吧主!	说吧 新闻 图片
16	张柏芝	623334	张柏芝22分钟完整版下载和12分钟版本的视频加全套图片	图片 说吧 新闻

11.3.4 SOSO 热搜榜

SOSO 热搜榜是腾讯旗下的“搜搜”的功能，通过其搜索引擎所掌握的根据人们的搜索习惯分析后得出的关键词的排行。如下图所示，是一些比较热门的关键词。



其中，比较有特点的是其中的“QQ 网名”这一内容，通过这样的方式反映出腾讯的优势所在，这与腾讯 QQ 的这一企业特色非常相关。从而可知，如果想要了解与腾讯、QQ 相关行业的关键词，这里绝对是最权威的。



11.4 案例 4——利用站长工具查询关键词密度

关键词密度查询，是 SEO 过程中经常涉及到的工作之一。通过关键词密度查询工具掌握相关的数据后，及时进行相关关键词优化工作的开展。因此，掌握关键词密度查询的方法，及其相关工具的应用是必须的。下面介绍关键词密度查询操作及其工具使用的方法。

通过网址 http://tool.chinaz.com，即可打开站长工具，从中可以发现例如“百度收录查询”、“长尾关键字”等查询工具。从而说明站长工具除了可以查询关键词密度之外，还可以有别的查询工作可以实现。

这里以查询“网易”关键词在“www.126.com”网站中的密度为例，介绍其具体操作方法。在如下图所示的“页面关键词密度查询”下方的“网站地址”和“关键词”文本框中，分别输入网址 www.126.com 和“网易”。

在操作完成后，单击其中的“查询”按钮，进行关键词密度的查询，得到如下图所示的结果。从中也就能大概估计出来，“网易”是该网站的主关键字之一。



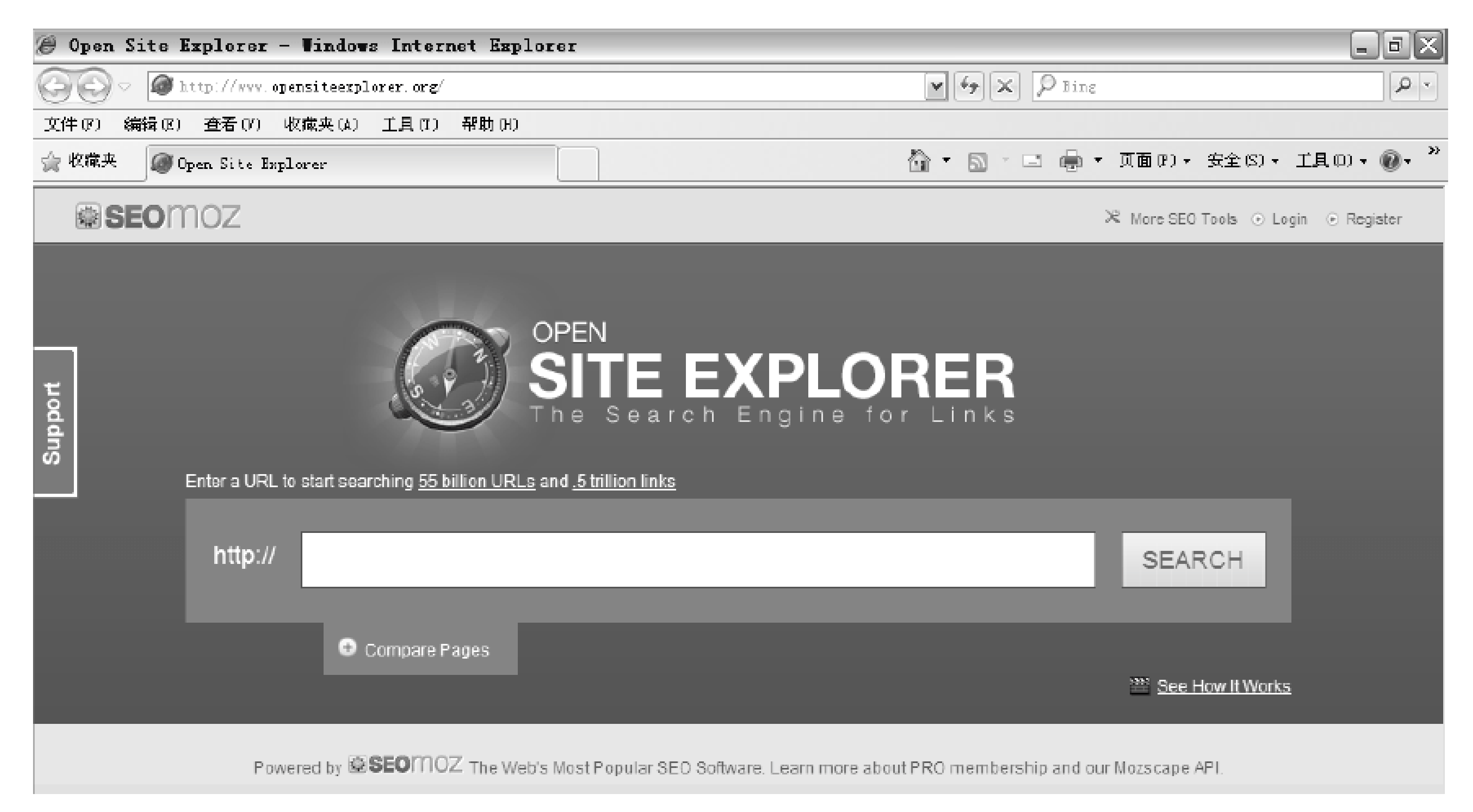
11.5 案例 5——使用工具检查网站的外链

外链关系着优化效果，及时掌握外链数量、判断外链的相关情况，从而为网站创建高质量的外链，是每一位 SEOer 人员应该持续进行的工作。这方面的工作也离不开相关工具的支持，所谓“巧妇难为无米之炊”。下面就此类工具及其操作方法进行介绍。

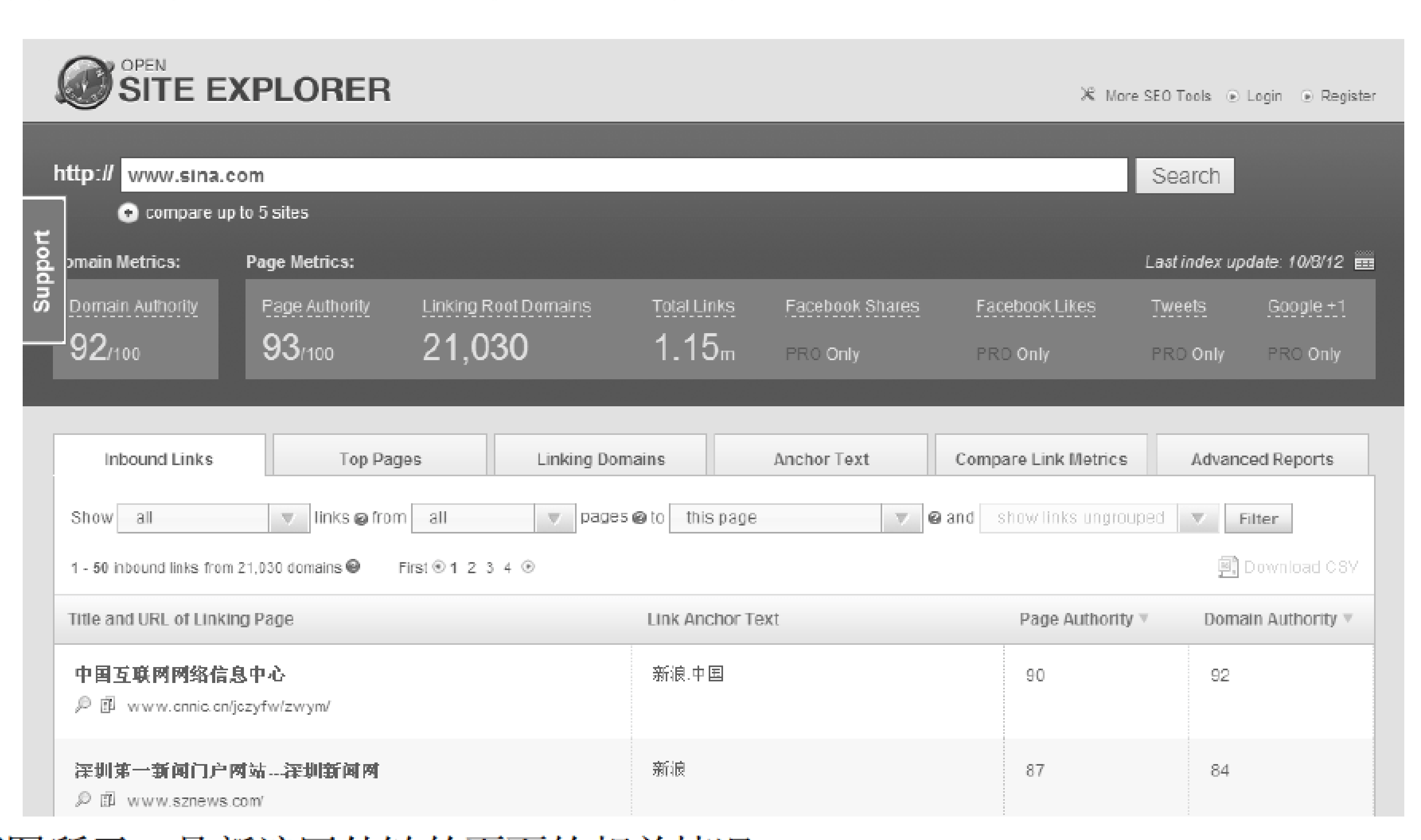
11.5.1 Open Site Explorer

Open Site Explorer 是国外的一个网站外链免费查询工具，由国外著名 SEO 团队 SEOmoz 在 2010 年推出的一家 SEO 工具网站，自从 YahooSite Explorer 关闭之后，这个 SEO 工具在国外已经替代成为大家查询外链最好的工具之一。输入要查询的网址，即可获得该域名的详细外链情况，同时还提供对比 5 个网站的链接情况，比较实用。

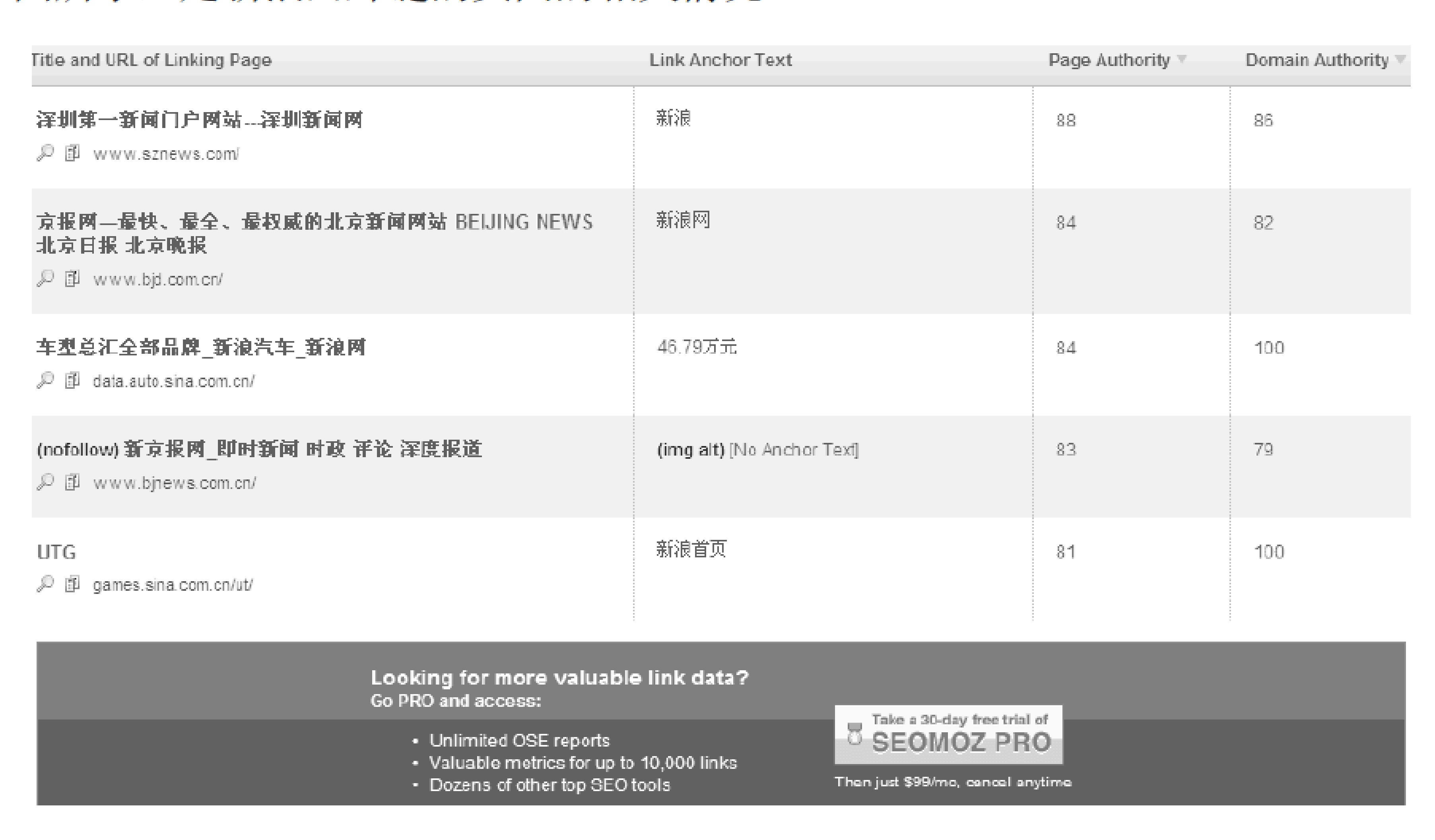
如下图所示，是打开 Open Site Explorer 后的界面及地址。在文本框中输入要查询外链的网址，单击 SEARCH 按钮进行查询即可。这里以“www.sina.com”为例，查看新浪网的外链情况。



如下图所示，是查询新浪网外链后，网站所给出的相关结果。

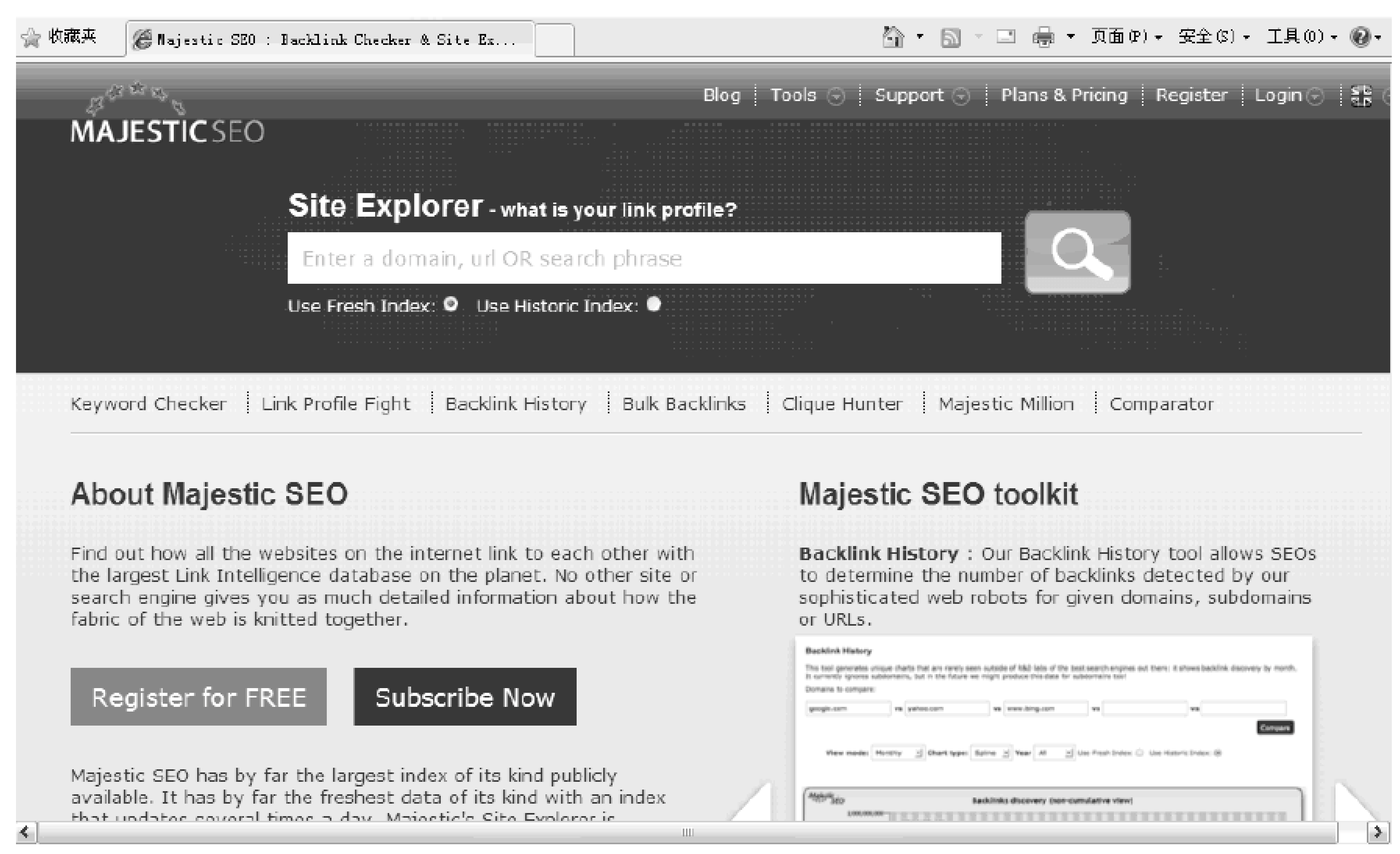


如下图所示，是新浪网外链的页面的相关情况。

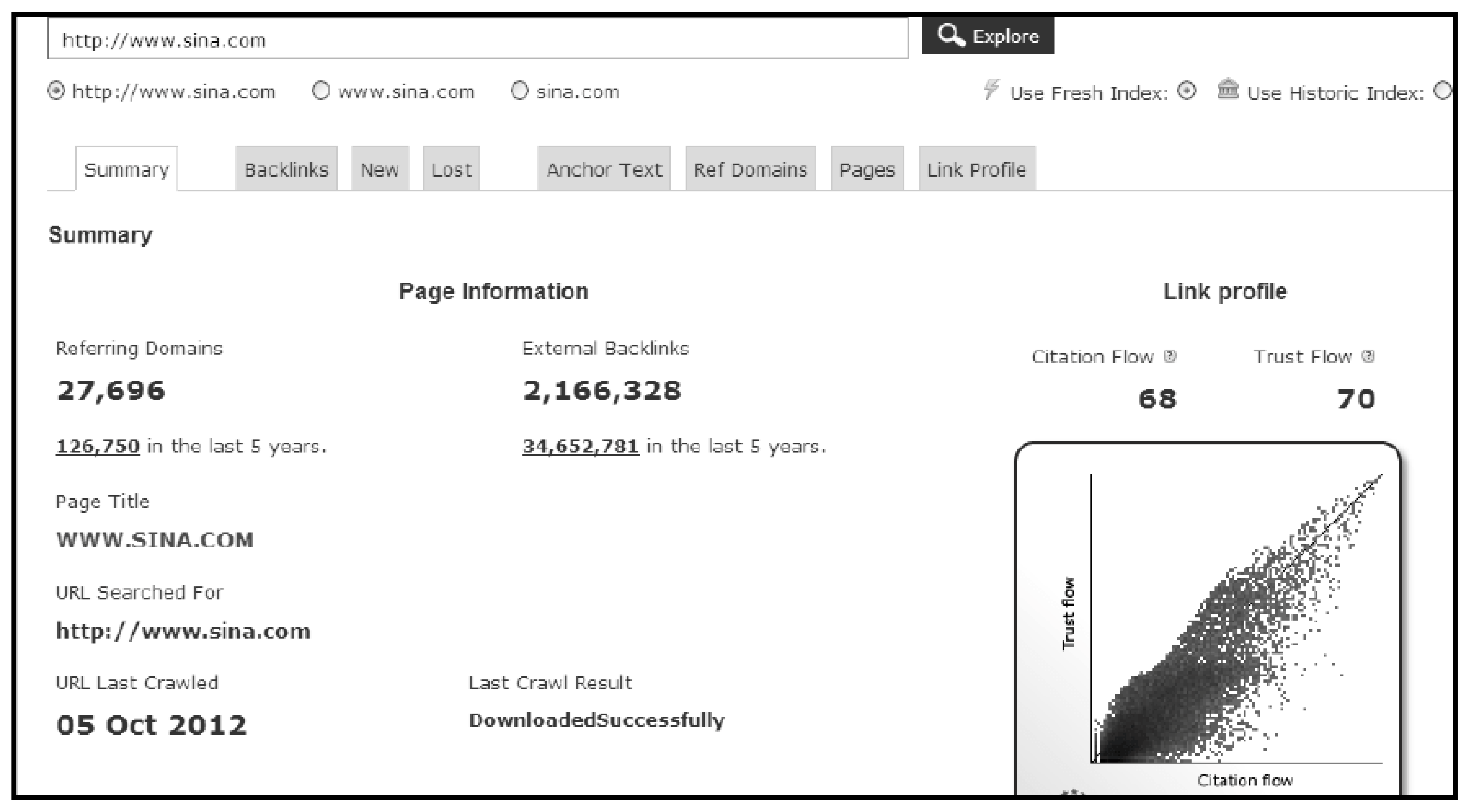


11.5.2 Majestic SEO

Majestic SEO 是一款深度挖掘网站外部链接数据的工具。查询自己的网站，只要注册后在网站的根目录下放一个验证文件就可以了。如下图所示，就是 Majestic SEO 的界面。

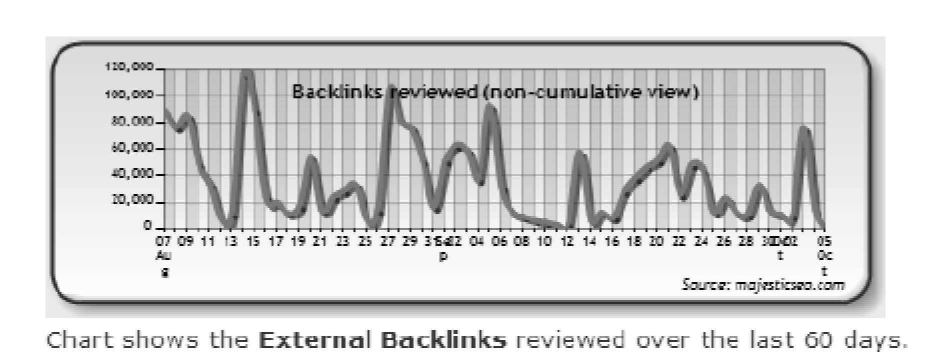


下面以新浪网（http://www.sina.com）为例，通过在搜索框中输入新浪网的网址，进行网站链接的查看。如下图所示，是搜索新浪网 Majestic SEO 所给出的结果。



包含在搜索结果中的还有如下图所示的相关数据。

Backlink History



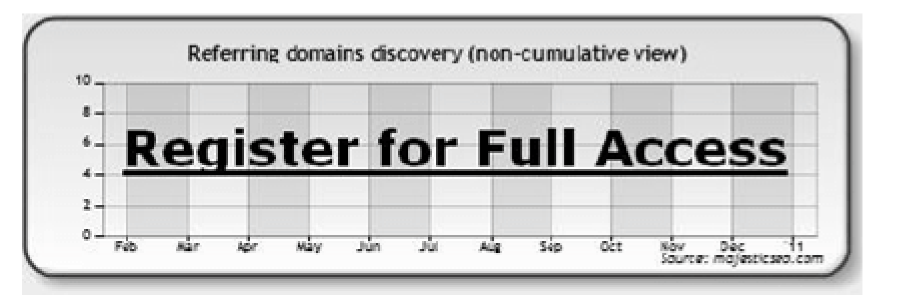


Chart shows the **External Backlinks** reviewed over the last 60 days.

11.6 案例 6——使用网站管理员工具

无论是站长还是 SEOer 都少不了通过网站管理员工具来辅助自己对网站进行管理、操作等相关的工作。Google Webmaster Tools 就是一款比较常用的这方面的工具。当然，工具远不止 Google 的这一种，其他搜索引擎也开发了不错的这方面的工具。结合实际工作中的需要，下面简单介绍几款这类工具。

11.6.1　Google Webmaster Tools

Google 的 Google Webmaster Tools（网站管理员工具），是非常强大的，如果能够熟练地使用它，网站将得到不少的提高，这不仅限于 Google 优化方面，还有助于对其它搜索引擎优化。当然因为是 Google 所开发的工具，还是偏重于 Google 的，它能够获取 Google 蜘蛛关于抓取、编入索引和搜索流量的数据，接收关于网站上所存在的问题的通知。下面对这款工具进行具体介绍。

1. 关于网站管理员工具

Google 网站管理员工具，是由 Google 所创建的，帮助网站管理员监视其网站在 Google 上的表现，以达到增加潜在流量的目的一套工具和资源。通过此工具能让搜索引擎很容易地找到、抓取、索引网站。同时，提供一系列完整的报告，帮助网站管理员改善网站内容。如下图是 Google 给出的页面内容，就很好地诠释了该工具的作用。

欢迎使用网站站长工具

针对运行状况良好且方便 Google 处理的网站获取数据、工具和诊断信息。您可以执行以下一些操作：

- 检查您网站的运行状况，看看是否存在 Google 已检测出的潜在问题。
- 了解您的搜索流量，以及用户是如何找到您的网站的。
- 进行优化，以帮助 Google 更好地了解和展现您的网站。

现在，只需添加您的网站即可开始使用。

2. 使用方法

（1）网站管理员工具的中文网址是 http://www.google.com.hk/intl/zh-CN/webmasters/，进入网站后单击 Sign in to Webmaster Tools，进入登录页面，并输入 Google 账号登录即可。

（2）以利用 Sitemap（上传一个 XML 站点地图，能让搜索引擎更容易抓取你的网站）更轻松地将网站告之 Google。通过如下图所示的页面，根据页面中的提示把网站提交即可。



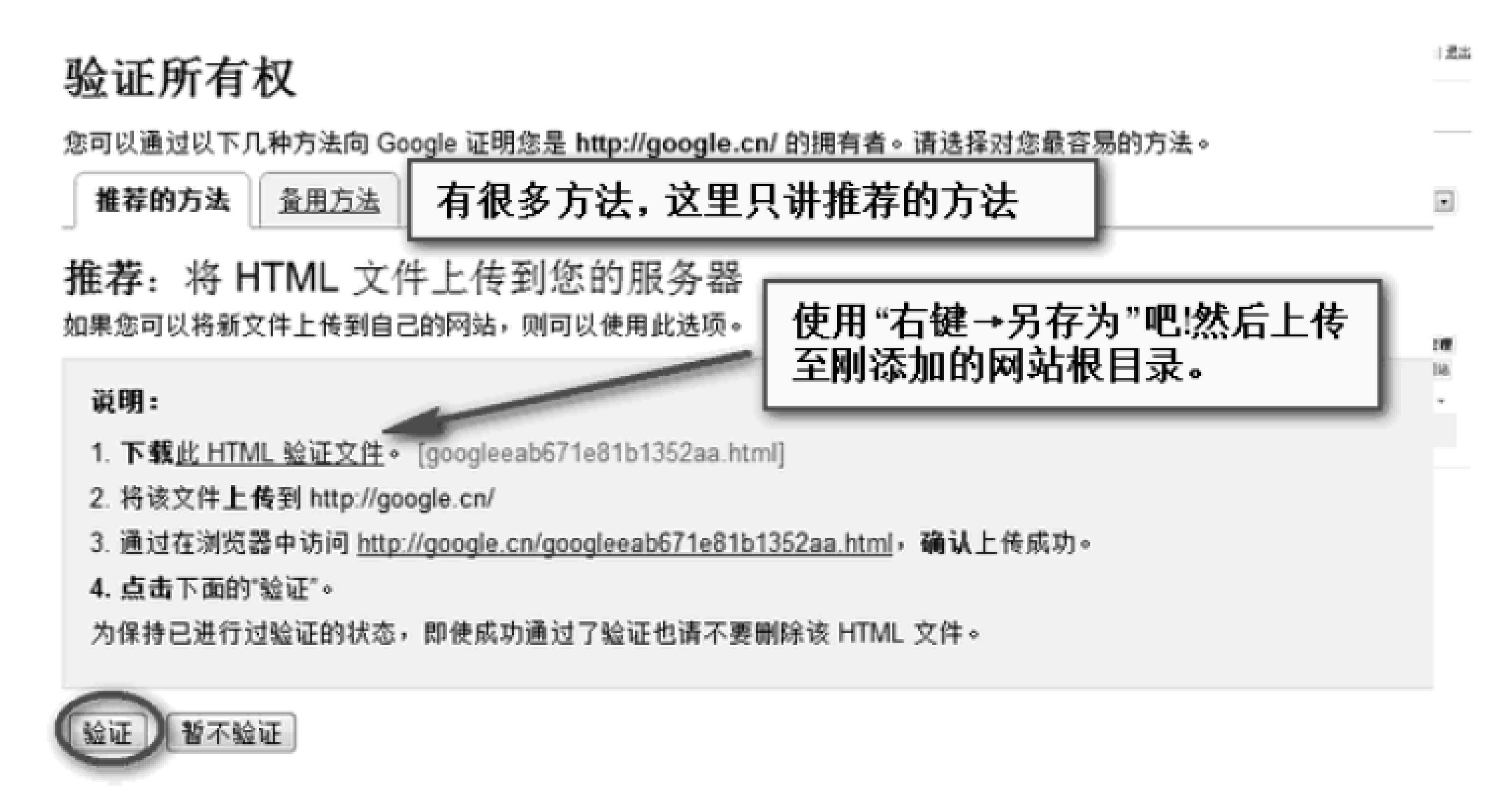
（3）如何使用其中的工具。

下面以 Google 网站管理员工具添加、验证网站以及工具的实际应用为例，介绍工具的使用方法。

首先，在如下图所示的界面中，通过单击“添加网站”按钮进行网站的添加。



下一步，根据下图所示方法，进行刚添加的网站所有权的验证。因为百度是不允许不是该网站拥有者进行网站的操作的。



如果以上步骤正确，申请的网站会出现在列表中，灰色表示未验证，蓝色表示已验证。验证完成后单击网站域名进入管理界面。

如下图所示，就是进入管理界面后的相关功能菜单。



如下图是控制台的相关界面效果。



11.6.2　百度站长平台

百度站长平台是百度为网站管理员搭建的站长工具和交流平台，提供 sitemap、死链提交、站点索引量查询、站点抓取异常、SEO 优化建议、站点压力反馈、robots 等功能。通过选择如下图所示界面中的相关功能，即可实现相关的网站管理及其操作了。

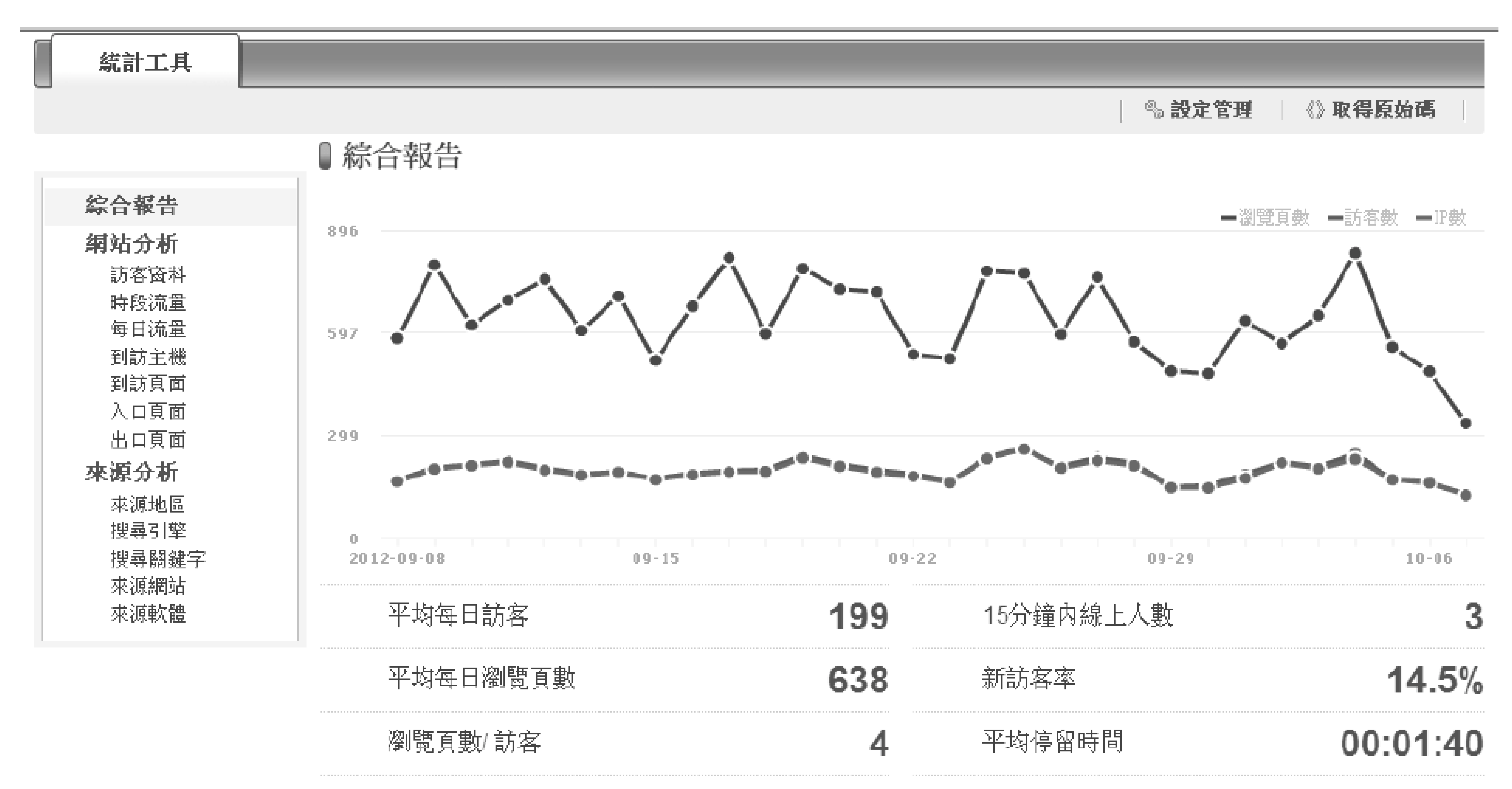


11.6.3 “YAHOO!奇摩站长工具”软件

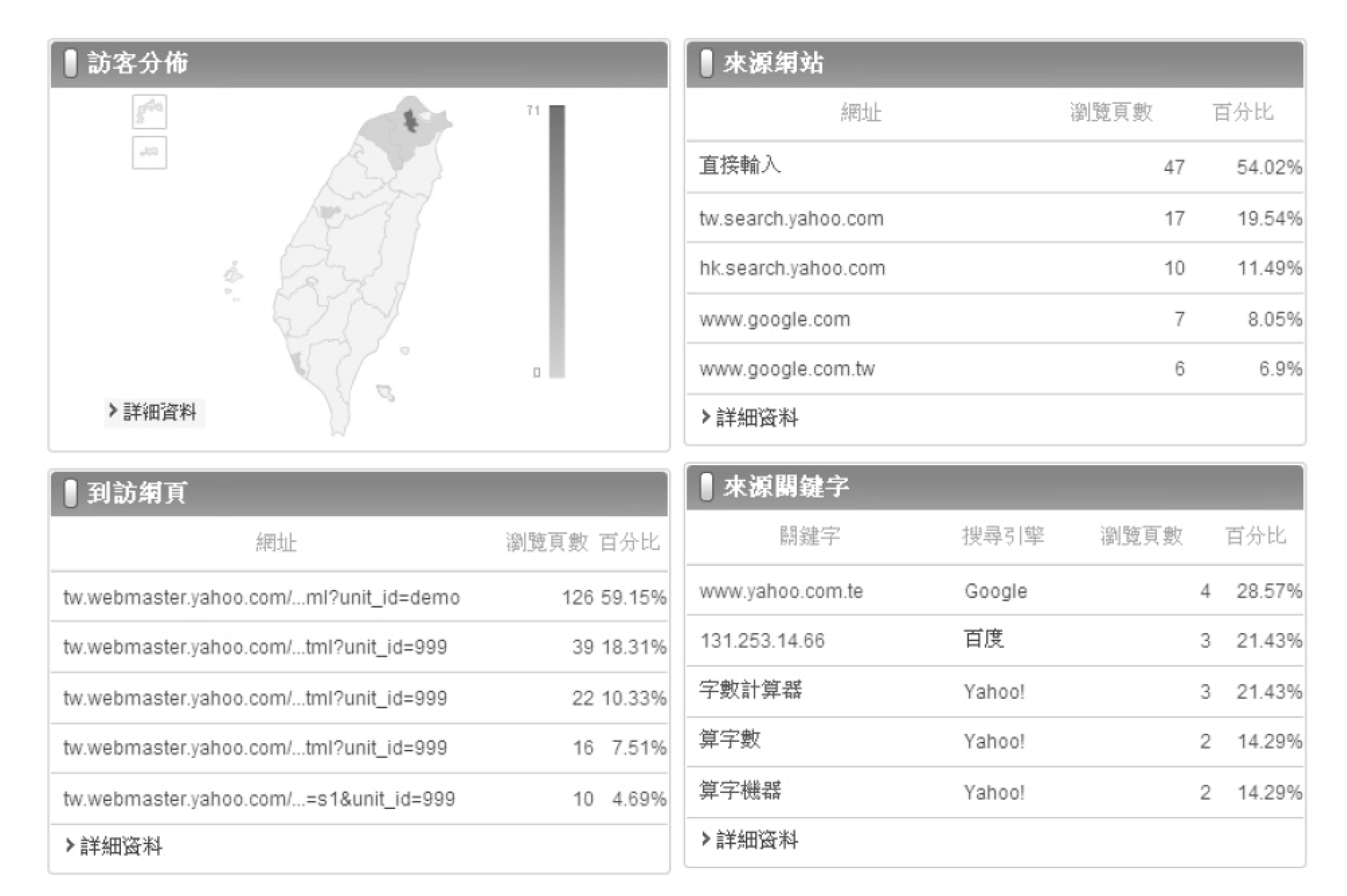
如下图所示，是一款站长工具——YAHOO!奇摩。通过该工具可以实现访客统计和网站统计的功能，从而获得关于这两方面所需要的参考数据。



当登录网站，注册账号之后，可通过如下图所示的“统计工具”来进行访客和网站的相关数据的统计。



当访客开始浏览网页，系统会将浏览的页面数量、停留时间记录下来，以利更进一步分析访客的动作和行为。例如下图所示的分块内容，就是一些相关的数据。



将所有单个访客数据加以统计后得出的结果，就成了网站统计的资料。它能提供给网站的页面流量、访客人次、新访客比例、访客平均停留时间以及各个时段进入网站的流量等资料，透过这些数据可以清楚地表明网站的任何趋势，详细观察后就可以慢慢熟悉浏览者喜欢什么内容了。

網站累積流量 (2 至 2012-10-07)

瀏覽頁數		訪客數	
平均每日	161	平均每日	29
最高單日 (2008-05-27)	14,866	最高單日 (2008-05-29)	2,696

11.7 案例 7——使用“站长帮手”软件模拟搜索引擎蜘蛛

大家都知道搜索引擎蜘蛛很重要，因为只有搜索引擎蜘蛛搜索到了网站，网站才会有被收录的可能。下面要介绍的这款工具，主要就是针对其模拟搜索引擎蜘蛛的相关功能的。

下面以新浪网为例，来看一下站长帮手网中所给出的搜索引擎蜘蛛模拟的实例效果。站长帮手网中还提供了如下图所示的除搜索引擎模拟抓取工具外的其他工具。这里单击选择“搜索引擎模拟抓取工具”这一选项来使用该工具的作用。



在如下图所示的界面中，输入新浪的网址，这里选择网页编码为“utf-8”，单击“查询”按钮。

搜索引擎模拟抓取工具

输入网址：www.sina.com　网页编码：utf-8　查 询

最近有不少网站针对本站作弊，如果站长帮手网访问，则显示友情链接，如果百度蜘蛛等蜘蛛访问则不显示友情链接。

建议下载本地搜索引擎模拟工具，与对方交换链接前，请用本地搜索引擎模拟工具模拟蜘蛛访问下对方网站。看对方网站链接是否正常显示。

点击下载本地搜索引擎模拟访问工具>>

如下图所示，是查询新浪网的模拟结果。表示如果搜索引擎抓取新浪网的页面就是这样的效果。

title:WWW.SINA.COM

keywords:sina, 新浪

description:新浪首页

body:
WWW.SINA.COM 新浪一切由你開始 Sina English About SINA | Investor | Media Kit | Comments or Question? Copyright © 1996-2012 SINA Corporation, All Rights Reserved

把“网页编码”选择为 gb2312，效果变成如下图所示。

搜索引擎模拟抓取工具

输入网址：www.sina.com　网页编码：gb2312　查 询

最近有不少网站针对本站作弊，如果站长帮手网访问，则显示友情链接，如果百度蜘蛛等蜘蛛访问则不显示友情链接。

建议下载本地搜索引擎模拟工具，与对方交换链接前，请用本地搜索引擎模拟工具模拟蜘蛛访问下对方网站。看对方网站链接是否正常显示。

点击下载本地搜索引擎模拟访问工具>>

得到的模拟结果就变成如下图所示的内容了。



```
title:WWW.SINA.COM

keywords:sina, 鏂版氮

description:鏂版氮棣栭〉

body:
WWW.SINA.COM 鏂版氮涓€鍙ヨ瘽浣犲彲浠ヨ?/em> Sina English About SINA | Investor | Media Kit | Comments or Question? Copyright © 1996-
2012 SINA Corporation, All Rights Reserved
```

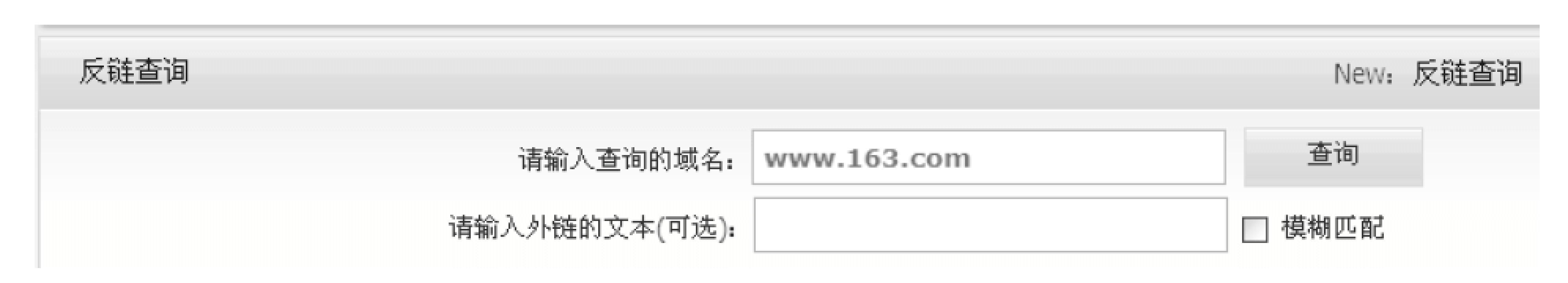
11.8 案例 8——网站的综合优化

上述各节内容中介绍了不少的工具，本节将通过综合实例的介绍，对工具的相关操作有个清晰的认识。

这里以“站长工具”作为操作平台，以网站 www.163.com 为例，通过使用工具查询反链、关键词排名、Google PR、百度权重等操作来掌握其内容。

11.8.1　查询反链

在如下图所示“反链查询”中，输入网站域名，单击“查询”按钮。



查询结果如下图所示，从中可以了解到该网站的反链情况。

反链查询　　New：反链查询 | 关键词优化难易分析

请输入查询的域名：www.163.com　查询

请输入外链的文本(可选)：　模糊匹配

总记录数：41732　子域名：当前域名:www.163.com

编号	外链	网址	PR值	权重	反链数↑	NoFollow
1	www.163.com 网易	blog.sina.com.cn/u/1229068600 夜夜_新浪博客	无	1	43373	
2	163.com 网易	blog.sina.com.cn/u/1319786324 中国湖南卫视_新浪博客	无	1	43373	
3	www.163.com www.163.com	blog.sina.com.cn/s/blog_636614ea010... 关于ping不通网关的问题_水世界_新浪博客	无	1	43373	
4	www.163.com 网　易	hao123.com hao123_上网从这里开始	8	8	34390	
5	www.163.com 网易	114la.com 114啦网址导航[Www.114La.Com]_最实用的上...	7	7	14737	
6	www.163.com 网　易	cn.yahoo.com/site 11284网址-中国最好的网址站	无	1	12031	
7	www.163.com 网易	zgwdq.com 中国网大全--中国最全的各行业网址大全，最...	4	3	11776	nofollow
8	www.163.com 网易NetEase	126.com 126网易免费邮--你的专业电子邮局	7	6	11674	

11.8.2 关键词排名

这里以“网易”作为关键词，来对其进行关键词排名的查询操作。因为 www.163.com 是网易的网站，通过此查询可以了解到网站的关键字排名，作为主关键字其排名应该是第一位的。在如下图所示的界面中输入“关键词”以及“网站地址”。



单击如下图中的“查询关键字排名”按钮，得到如下图所示的查询结果。



11.8.3 Alexa 排名查询

如下图所示，就是在站长工具中执行“Alexa 排名查询”的结果。从中可以看到网站的相关排名信息。作为一个大型网站，其排名结果自然不会差的。从数据中可以发现，有的数据也可以通过此查询得到，比如收录日期、反向链接数量等等。



11.8.4　PR 值查询

作为衡量网站的一个重要标准，PR 值是每一位 SEOer 必须掌握的一项数据值。从站长工具中可以发现，网站还提供了“真假 PR 查询”等相关功能。将要查询的网址输入文本框中，选择“Google PR 查询”选项，界面如下图所示。



单击“查询”按钮得到如下图所示的查询结果。网易的 PR 为 8，这个 PR 值很高。



11.8.5 百度权重查询

百度权重查询具体操作如下：

（1）打开工具界面，在“百度权重查询”下方的文本框中输入 163.com。

（2）单击“查询”按钮，可得到如下图所示的查询结果。这就是网易网站的百度权重。



第 12 章

电子商务优化案例

阿里巴巴无论从企业的角度，还是网站的角度，无疑都是成功的。作为企业阿里巴巴是商业界佼佼者，其网站也被赞为“阿里巴巴的搜索引擎优化水平远远高于行业平均水平”。有这么好的案例网站，我们当然也要向其学习网站优化的精髓了。

12.1 分析网站优化的关键点

本节将对阿里巴巴网站进行优化关键点的分析。一个网站的核心关键词，将决定网站的 SEM 和长尾的质量，这是网站优化的一个关键点。下面，来简单看一下阿里巴巴是如何在站内高质量地完成全站核心权重关键词的布局和操作的。

操作一：主页 title 权重

如下图所示是网站的 title 标签，其中有 Manufacturers 一词。

```
<title>Manufacturers, Suppliers, Exporters &amp; Importers
from the world&#39;s largest online B2B marketplace-Alibaba.com</title>
```

为了主页 title 权重，网页尾部锚文本指向权重词，如下图所示。

Browse by: Manufacturers - Online Shopping
Language Option:Es
Alibaba Group: Alibaba.com: Alibaba China - Alibaba Inter

Product Listing Policy
Copyright Notice

操作二：主要的商品类别列表

如下图所示，是网站的商品列表。

Suppliers by Category

A-C | D-F | G-H | I-R | S-Z

A-C

Back To Top

Agriculture (1839653)
Plant Extract | Fresh Garlic | Herbal Extract | Flower Pots & Planters | Organic Vegetables | Farm Machinery Parts | Fish | Kidney Beans | Fresh Apples | Tea | ...

Apparel (4328668)
Wedding Dresses | T-Shirts | Plus Size Dress & Skirts | Evening Dresses | Jackets | Motorcycle & Auto Racing Wear | Men's T-Shirts | Buttons | Socks | Sweaters | ...

主要的商品类别列表全部以二级目录的形式体现。目录中包含关键词+类别编号。具体如下图所示。



操作三：尾部、首页顶部导航

对尾部、首页顶部导航的一些操作，如下图所示。网站具体是这样执行的：

（1）以 www.alibaba.com/Plant-Extract_pid118 为例，尾部采用锚文本向首页（全局）传送 PR 值和定位词。

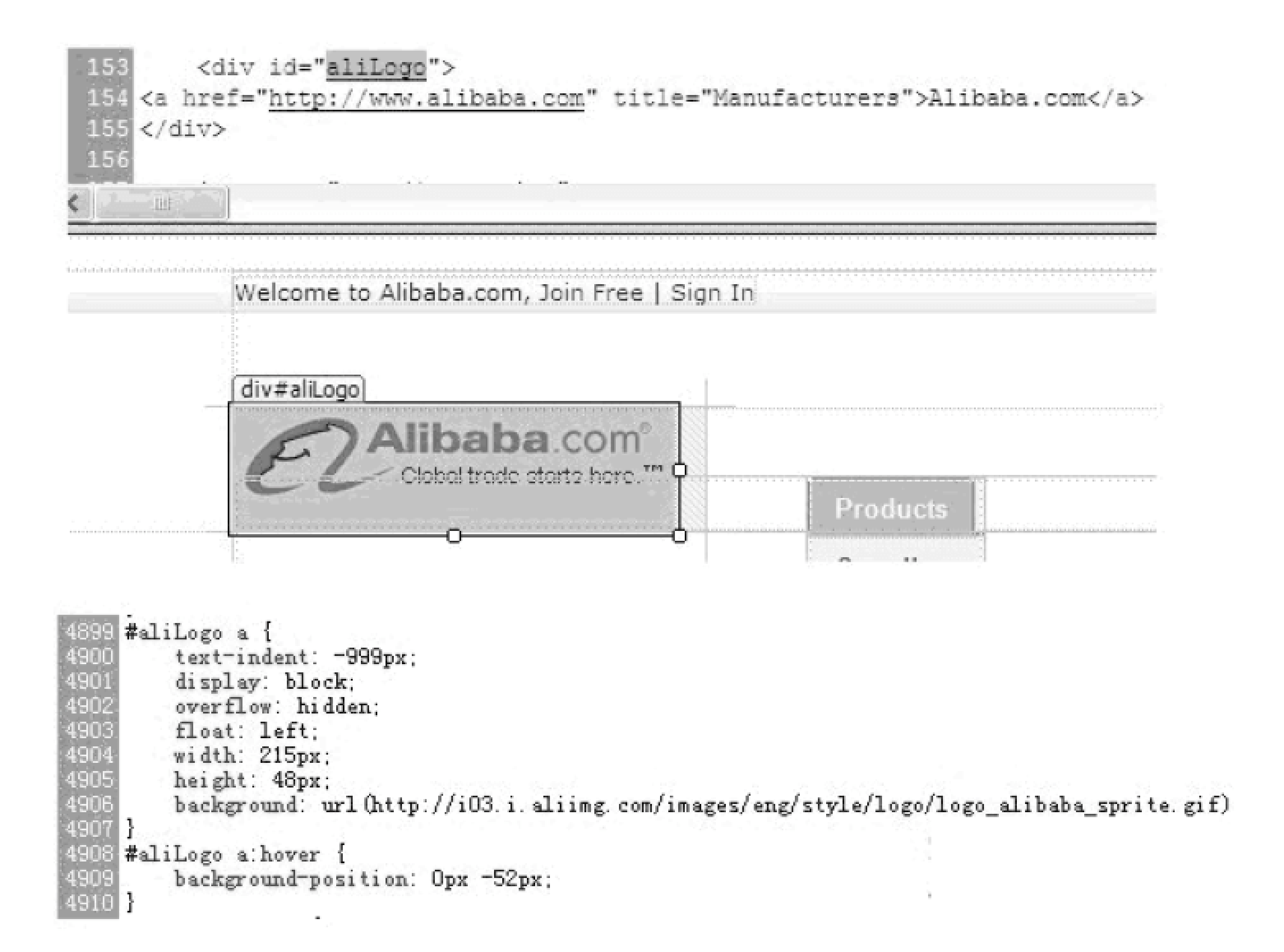
（2）首页顶部导航利用 nofollow 保护权重被 Home 这个单词分散。



操作四：背景图片定位

因为使用图片 alt 没有锚文本的质量高，在顾全用户体验的情况下，采用了背景图片定位的方法。其中让人觉得手法精妙的地方在于还将文字偏移出屏幕外，利用 CSS 的链接效果对更换图片进行控制。这样做仅仅出现一次，是不会被认为作弊的，而且还起到了保护品牌的作用。

网站往往存在着恶意竞争，首页的锚文本 alibaba.com 无疑是处在风口浪尖的，通过上述的方法，以及强大的内链提供了无数的权重，可以保持搜索结果都会是在第一的。另外，因为整个二级页面返回到首页的链接被高度的集中到了权重词上，也就不存在任何的干扰和稀释了。关于阿里巴巴的具体做法请看下图所示。



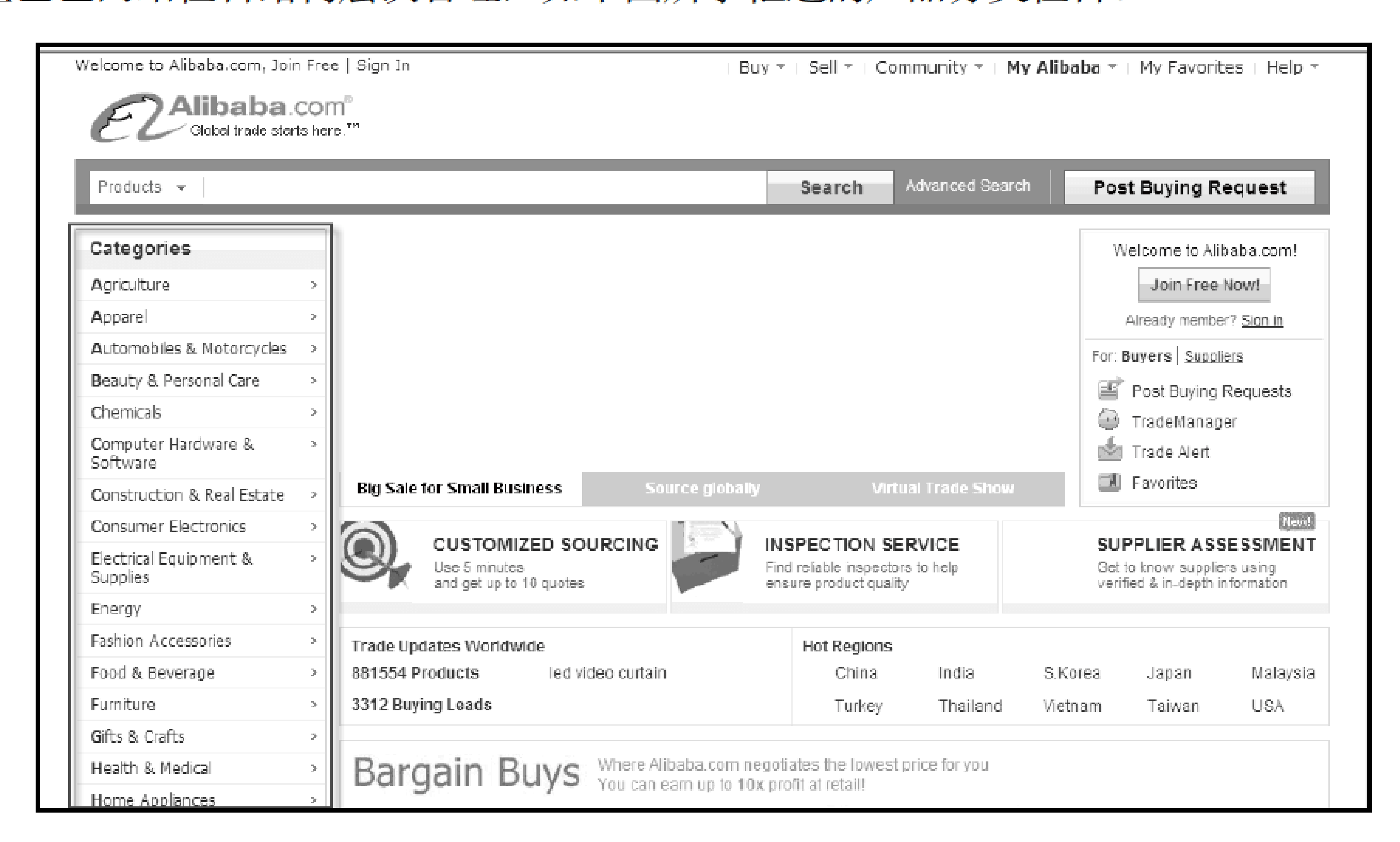
通过以上几个关键点的操作，可以看出阿里巴巴在搜索引擎优化方面同样是强大的。总结以上内容，值得我们学习、思考和借鉴。

12.2 分析网站优化的策略

阿里巴巴是国内最早进行搜索引擎优化的电子商务网站，其网站在进行优化的过程中，以下主要方法可以作为搜索引擎优化策略的参照。这些工作对增加搜索引擎友好性是非常重要的。

1. 网站栏目结构层次合理

阿里巴巴网站栏目结构层次合理，如下图所示框选的产品分类栏目。



2. 网站分类信息合理

阿里巴巴网站的分类，从实施者的角度考虑应该会觉得很难，因为网站的信息类、产品，甚至网站中的企业都要分类，就不免让人犯难了。看看阿里巴巴是怎么做到的吧？如下图所示，是阿里巴巴中某一企业的产品页的具体内容，通过其中框选的导航条就给足以证明网站的优化效果了。



3. 将动态网页做静态化处理

网页静态化是最利于搜索引擎蜘蛛爬行的，但是实践中经常发现因为网站设计中的某些实际原因，这个静态化处理实施得不够好。如下图所示是阿里巴巴网站的 URL 地址，即使是阿里巴巴这样的大型网站也是这样做优化的，将动态网页做静态化处理，所以，我们也要把这一项网页静态化给做好。



4. 每个网页均有独立标题

应该很少有网站做到这样，阿里巴巴网站的每个网页均有独立标题。效果如下图所示，是其中某一页面的标题。



5. 网页标题中含有有效关键词

网页标题中含有有效关键词，在优化过程中是常用的手法。也是各位 SEOer 用得最多的技巧。如下图所示，是阿里巴巴网站相关源文件内容。

```
                <title>女装原产地</title>
                <meta name="description" content="阿里巴巴服装服饰批发频道提供服装、服饰
批发等，批发采购服饰、服装就上阿里巴巴服装服饰批发频道。" />
                <meta name="keywords" content="服装、供应商、服装批发、服装供应商、服装小
额批发、服装批发" />
```

6. 合理安排网页内容信息量

合理安排网页内容信息量，这是网站用户体验好与不好的一个标志。如果网站内容信息量合理，那么就会有利于用户体验。以阿里巴巴网站为例，如下图所示，是其中部分产品列表的截图，其页面各产品的位置安排和占位大小值得店主借鉴。当然，大家也可以看一下网站源代码，查查具体是怎么做的。



7. 有效关键词设计

关键词的设计至关重要，阿里巴巴网站做得成功，跟有效关键词设计也是分不开的。

8.专门设计的 meta 标签

下图所示的是阿里巴巴网站中的源代码，从中就可以看到 meta 标签的使用。这里所涉及的优化策略是，阿里巴巴中的每个网页还有专门设计的META 标签。图中的这个标签不是主页的META 标签，是下图所示页面的 META 标签。

http://wholesale.china.alibaba.com/xshow/habitat_offer_100.htm?spm=b26110417.635...

文件(F) 编辑(E) 格式(O)

```

<!DOCTYPE html>
<html>
        <head>
                <meta charset="gbk" />
                <title>女装原产地</title>
                <meta name="description" content="阿里巴巴服装服饰批发频道提供服装、服饰
 批发等，批发采购服饰、服装就上阿里巴巴服装服饰批发频道。" />
                <meta name="keywords" content="服装、供应商、服装批发、服装供应商、服装小
 额批发、服装批发" />
                <link type="image/x-icon"
 href="http://i02.c.aliimg.com/favicon.ico" rel="shortcut icon" />
                <link
 href="http://style.china.alibaba.com/app/wholesale/css/xshow/global/v1.0.css"
 rel="stylesheet" />
                <link
 href="http://style.china.alibaba.com/app/wholesale/css/xshow/page/habitat/merge.css
 " rel="stylesheet" />
                <script type="text/javascript"
 src="http://style.china.alibaba.com/app/wholesale/js/xshow/global/v1.0.js"></script
 >
                <base target="_blank" />
        </head>
        <body><script type=text/javascript
 src="http://style.china.alibaba.com/js/common/beacon.js"></script>      <script
 type=text/javascript>var dmtrack_c='{-}'; var
 dmtrack_pageid='01cba7496e4bc4271350033470'; sk_dmtracking();</script>
 <noscript><img src="http://dmtracking.alibaba.com/b.jpg?
```

对于 B2B 的电子商务来说，网站优化策略已经成为网站经营策略的重要组成部分，这方面阿里巴巴已经做出了表率，其他 B2B 网站有必要对阿里巴巴的搜索引擎优化策略进行深入系统地研究。

12.3 分析网站优化的效果

关于阿里巴巴网站的优化效果，其实在之前的优化策略中已经提到一些了。下面结合阿里巴巴网站在企业中的作用来进一步阐述优化效果。

首先查找一个网站，这里以 http://www.xjtj.cn 为例讲解，这是一个很简单的网站，总共不会超过 20 个页面。分析一下该网站：

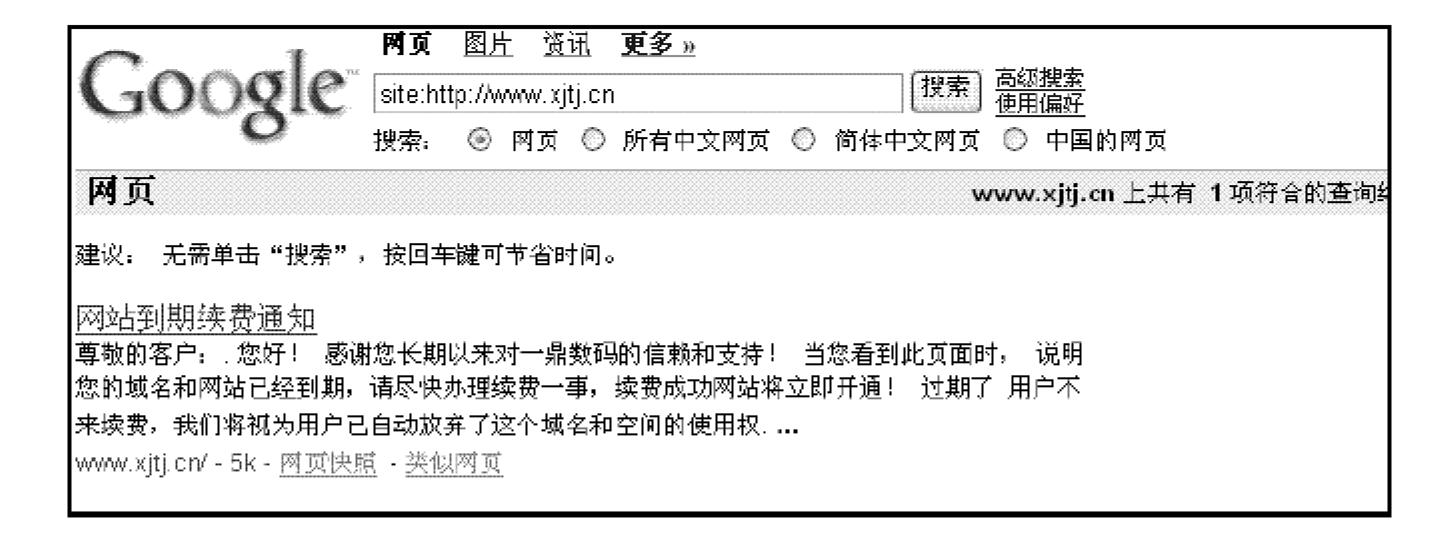
（1）进去后是个 Flash，看起来像与幼儿园有关。仔细分析其内容，是个养鸡场。

（2）查看源代码。首页的源代码，除了标题和联系方式是文字外，其他都是 Flash。招聘那几行以为是文字，仔细一看是图片，而且图片的 alt 属性没有。

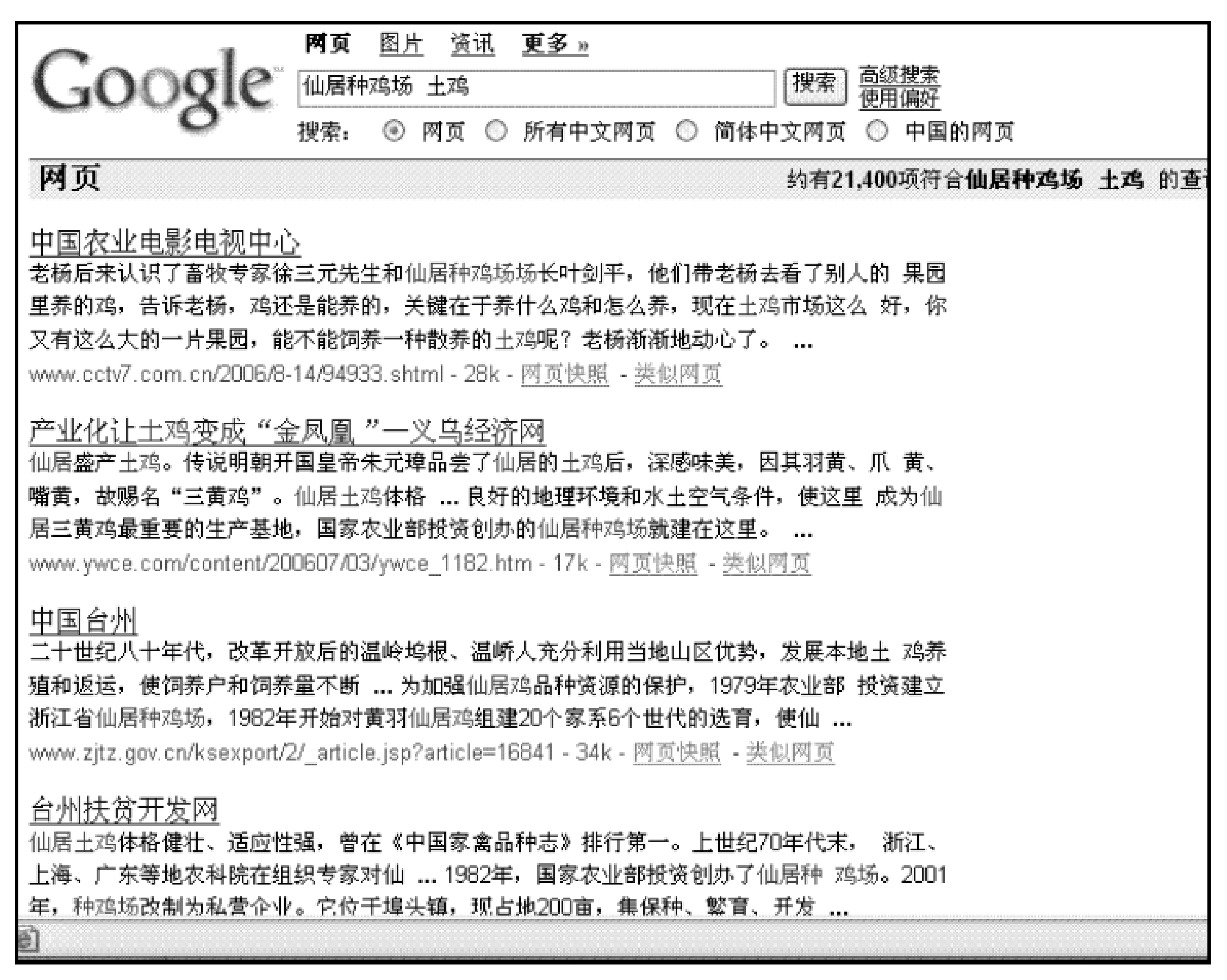
（3）链接到站内信息是使用 Flash 实现的。网站首页源代码没有链接，一个都没有。

在 Google 查看一下该网站。

如下图是通过 Site 站点的结果。




如下图所示是搜索“仙居种鸡场 土鸡”这两个关键词的结果。



通过上述的观察结果，以及对搜索引擎的分析，这个网站的 SEO 效果相信大家都已经明白了的。总的来说，此网站是中看不中用的。在 Alibaba 找一家企业来对比一下效果。以“江苏省纺织原料物资有限公司”为例，打开页面效果如下图所示。



页面中的功能有最新供应、产品展厅、采购清单、公司介绍、公司动态、联系方式等，功能比上面所讲的网站多。这是一家服装类的企业，下面在 Google 里用“纺织原料”作为关键词进行搜索，得到的搜索结果第 9 条记录就是这个公司的。

通过上述实例的对比分析，可以明显发现其中的差距。因此，阿里巴巴的存在就是为中国数量众多、没意识到网络巨大作用的中小企业拓展了市场。阿里巴巴为一般企业提供的两种最基本也是最重要的服务：企业网站、企业和企业产品的推广。作者认为后面的服务才是真正吸引更多企业使用阿里巴巴的原因，因为国内 B2B 网站现在已经遍地发芽了，但真正开花的，并且开花最大的还是阿里巴巴。

12.4 记录网站优化的经验

即使是阿里巴巴这样的网站，面对搜索引擎也是公平的。在中国的门户网站群中，阿里巴巴应该算是SEO实行得最彻底的积极分子。遇到拥有中文搜索引擎业界公认最牛的人工干预和反作弊能力的百度，在Google和Yahoo的搜索结果排名靠前的阿里巴巴，也不得不低头。下面介绍百度惩罚阿里巴巴的案例，通过对比事的介绍，希望带给大家更多的网站优化启示。

1. 百度对网站作弊的解释

百度网站中明确地给出了下列说明。

（1）作弊网站定义

对搜索引擎作弊，是指为了提高在搜索引擎中展现的机会和排名，而欺骗搜索引擎的行为。以下行为都可能被认为是作弊：

- 在网页源代码的任何位置，加入与网页内容不相关的关键词;
- 在网页源代码中任何位置，大量重复某些关键词。即使与网页内容相关的关键词，故意重复也被视为作弊行为;
- 在网页中加入搜索引擎可识别但用户看不见的隐藏文字。无论是使用同背景色文字、超小字号文字、文字隐藏层、还是滥用图片alt等方法，都属于作弊行为;
- 制造大量链接指向某一网址的行为;
- 对同一个网址，让搜索引擎与用户访问到不同内容的网页（包括利用重定向等行为）;
- 作弊行为的定义是针对网站而不是网页的。一个网站内即使只有一个网页作弊，该网站也被认为是有作弊行为;
- 有链接指向作弊网站的网站，负连带责任，也会被认为是作弊（但是，作弊网站上链接指向的网站，不算作弊）。

（2）作弊网站害处

根据网页的作弊情况，会受到不同程度的惩罚：

- 较轻微的惩罚，是系统在给网页排名时略微降低该网页的排名;
- 较常见的惩罚，是作弊网站的某些关键词（或所有关键词）的排名降到其他网站之后;
- 较严厉的惩罚，对于作弊行为和后果特别恶劣的网站，将从百度查询结果中除名;
- 特别补充，含恶意代码或恶意插件等用户极端反感内容的网页，虽然不是作弊，但只要用户投诉，一经确认也会被百度拒绝收录。

2. 数据对比

下表所示数据清晰地反映了百度对阿里巴巴的部分涉嫌作弊页面进行的惩罚。

域名	Google 收录页面数	Baidu 收录页面数
blog.china.alibaba.com	723 000	155
hotproduct-cn.alibaba.com	226 000	0
list.china.alibaba.com	2 220 000	33
search.china.alibaba.com	1 610 000	315

以上数据查询时间为 2006/3/22 的收录页面数，除此之外，Google 共收录了 www.alibaba.com 12 200 000 个页面，远超过百度对应的 465 000 个页面。

3. 阿里巴巴的 SEO 方法

根据上述条款检查阿里巴巴网站，主要涉及以下两点。

（1）存在为了提高在搜索引擎中展现机会和排名的页面，比如上述网站 hotproduct-cn.alibaba.com。

（2）在标题和描述上都涉嫌大量重复某些关键词。

随机选择页面，可看出标题描述如下图所示。从中可以看出，标题和描述堆积了关键字，而且由同一格式生成标题和描述，有些关键字放进去后很别扭。

石榴保健与花卉苗木
欢迎来到'石榴网'的博客'石榴保健与花卉苗木',我是'石榴保健与花卉苗木'的主人,如果 你喜欢'石榴保健与花卉苗木',记得收藏'石榴保健与花卉苗木',常来'石榴保健与花卉苗木'做客哦!
blog.china.alibaba.com/blog/cyc0028.html - 58k - 网页快照 - 类似网页

4. 事件分析

通过此次百度惩罚阿里巴巴部分页面的事件来看，百度对于网站作弊有着非常严格甚至苛刻的制度。而阿里巴巴作为一个大型的企业，如果通过专业的手段，在实施每一项改进之前，能充分考虑到各具体搜索引擎的要求，也就可以避免这种尴尬了。

5. 后续话题

下面再来看关于阿里巴巴与百度搜索引擎发生的另外一些事情，大家都知道 robots.txt 文档很重要，关于 360 的该文件相关纷争还没停下来。这里，要分享的是以前一些关于该文件的做法。

（1）淘宝网 robots.txt 文档，如下图所示。

```
++++++++ 淘宝网 robots.txt 文档 ++++++++

User-agent: Baiduspider
Disallow: /
User-agent: baiduspider
Disallow: /
++++++++ http://www.taobao.com/robots.txt ++++++++
```

（2）阿里巴巴 robots.txt 文档，如下图所示。

```
User-agent: *
Disallow: /bin/
Disallow: /trade/user/
Disallow: /trade/express
Disallow: /trade/feedback/
Disallow: /trade/pm/apply/
Disallow: /trade/globalbuyer/feedback/
Disallow: /apps/
Disallow: /buy/
Disallow: /memberhome/
Disallow: /minisite/
Disallow: /trade/createimage
++++++++ http://www.alibaba.com/robots.txt ++++++++
```

12.5 提高网站排名的技巧

阿里巴巴中国站（china.alibaba.com）被 Google 收录的中文网页数量 2008 年 10 月份数据为 30 100 000，不仅从被收录的网页数量上来说，要远远高于同类网站的平均水平，更重要的是，阿里巴巴的网页质量比较高，潜在用户更容易通过搜索引擎检索发现在阿里巴巴网站发布的商业信息，从而为用户带来更多的商业机会，阿里巴巴也因此获得了更大的网站访问量和更多的用户。结合阿里巴巴网站自身的优势，这里介绍阿里巴巴信息排名优化的一些方法。

1. 加入“诚信通”会员

这是一个阿里巴巴的收费服务，也相当于淘宝的消费保障金，当加入普及版的“诚信通”会员之后，可以在自己的阿里旺铺发布无限制的供应信息，这样就可以根据公司的产品，在产品标题设置大量的关键词，从而得到曝光，也会在阿里旺铺增加很多功能插件，很多营销效果的检测工具等等，还算蛮强大的。再者诚信通就好比淘宝的消费保证金，也是对自己客户的一种信任感。免费版的对发布信息和功能方面都有很多不足，所以，要想做阿里巴巴生意，第一步都必须加入阿里巴巴“诚信通”。

2. 正确选择类目

和淘宝类目选择其实是一个道理，产品属于哪个种类，那么在选择的时候就必须选择该类目，比如，要发布的产品是睡衣、家居服，那么选择的产品类目就是服装下面的睡衣家居服，睡袍类目进行发布。对比起来淘宝要求比较严格，要发布的宝贝选择的类目不对，会自动下架。虽然阿里巴巴不会

这样做，但信息质量会降低，从而直接影响公司产品信息的搜索结果和排名，其实，这个比下架的后果可要严重得多。

3. 宝贝标题的写法

宝贝标题一定要和发布产品信息一致。当然会看到很多在标题堆积很多关键词的信息排到了前面，其实这种作弊的 SEO 手段，也有很多人为了做排名经常在用，这样的信息虽然对阿里巴巴而言不会造成被删站的麻烦，但是这样的信息用户体验会比较差，所以建议大家不要这样做，没有多大的好处。可以按照网站优化关键词选择的方法，根据阿里巴巴下面的相关搜索，做关键词记录单，然后进行关键词的分布。

4. 产品信息的完善度

这个也会直接影响公司产品信息的得分和搜索排名。阿里巴巴信息排名优化对这点要求比较严，就如网站搜索引擎优化一样，搜索引擎的算法改变都是为了更好地符合用户的体验，阿里巴巴的搜索引擎也一样，如果公司的产品信息连最起码的产品详细介绍都省略了，又何谈用户体验呢？

5. 搜索推荐

搜索推荐这项功能有两个用途：

- 提高公司产品信息的排名。
- 通过曝光率、展现量和点击率，检测推荐信息的效果。

以上几点是阿里巴巴信息优化排名方法的总结，但是，它们是从大的方向来介绍的。具体操作细节部分，需要在实践的同时不断地深入学习。例如，如何在自己旺铺的后台查看各关键词的排名？如何查看某个关键词给店铺带来多少流量？

第 13 章

门户网优化案例

新浪网作为门户网站无疑是成功的。新浪网是学习门户网站 SEO 过程的经典案例，这一章就来分析一下新浪网中的 SEO 细节。

13.1 分析门户类网站优化的关键点

网站的内部优化是 SEO 优化的关键点，新浪网可以作为我们学习门户网站 SEO 过程的经典案例，网站的 SEO 细节技巧应用非常的多。下面分享新浪网的首页内部链接设计时的小技巧。

1. 首页内部链接设计时的技巧

网站的首页，往往分布着几百条内链，这在链接设计上是件很正常的事情。一般将其分成几个板块来编排，然后再把板块内的列表指向具体文章页面。这种在 SEO 中常用的方法，新浪的做法有些不一样，请看如下图的效果。



从上图所示的效果，可以看出：

（1）把文字链接指向专题页面。

（2）专题页面后跟着相关的内容链接，链接指向了文章内页。

分析这样的做法：先来看其中的专题，专题不可能一直不变地长期做下去，看首页中的专题名称，这些专题必定会随着专题内容的改变而变化。但是可以肯定的是，文字名称可以改，链接的指向是不会变的。为什么要这样做呢？这是因为丰富专题的链接文本，可以帮助搜索引擎理解

专题内容。

继续往下看，单击文章链接，选择“张悬-神的游戏”链接，打开文章内容，通过查看其中的title 标签得到如下图所示“神的游戏-张悬-新浪乐库”的内容。显然，新浪对标签进行了优化。




```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
<head>
<meta http-equiv="content-type" content="text/html" charset="utf-8"/>
<meta name="description" content="神的游戏-张悬 正版音乐在线试听，将好听的歌分享到微
博" />
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href="http://music.sina.com.cn/yueku/css/indexYK.css"/>
<link rel="stylesheet" type="text/css"
href="http://music.sina.com.cn/yueku/css/layer.css" />

<script type="text/javascript">
var pageinfojson =
{"albumid":236882,"singerid":"1913","songidsstr":"2818535,2823055,2823053,2823050,2
823052,2823056,2823051,2823054,2823057,2823059","avageScore":9,"markNum":"12","mySc
ore":0,"singercname":"\u5f20\u60ac"};
var memo = "";
var memoshort = "";
var coflag = 110003;
</script>

<title>神的游戏-张悬-新浪乐库</title>
</head>

<body class="S_bg">
<!-- 背景图层 begin -->
<div class="bg_main S_bg_main">
```

为了验证确实进行了优化，下面再来看几个截自新浪首页的效果图。如下图所示，是在文章前增加关键词链接，然后把看似文章标题的链接指向专题页面，而不是将链接指向文章内页。



这里单击其中的“本本”关键词，它会链接到如下图所示的专题页。



2. 具体做法的总结

在了解了上述几个链接操作之后，下面对其中操作进行总结。具体包括：

（1）如果热点专题有了新文章，新文章标题出现在首页的时候，把链接指向相关专题。这样做的好处是可以丰富专题的内链文字。

（2）在门户网站是很常见的一种方式。进入专题时，看到的头条新闻一定要是首页显示的那条新闻。

（3）在有多条相关文章需要出现在首页的情况下，采用第一条指向专题页面，其他指向文章内页的方法。

（4）当遇到热点事件，更新首页时该热点事件专题的链接不会被更新。

（5）在所有二级域名首页、频道页、列表页，甚至内页右侧的相关文章等区块，都可以用该应用。

3. 该 SEO 技巧对编辑的要求

（1）对首页文字标题的长度有规定

规定首页文字标题最少和最多的汉字个数，有了这样的范围，标题才能更合理。

（2）标题比较短

标题比较短时，在标题前面加上相关的专题链接。

（3）标题比较长

标题比较长时，缩短标题到适合长度。

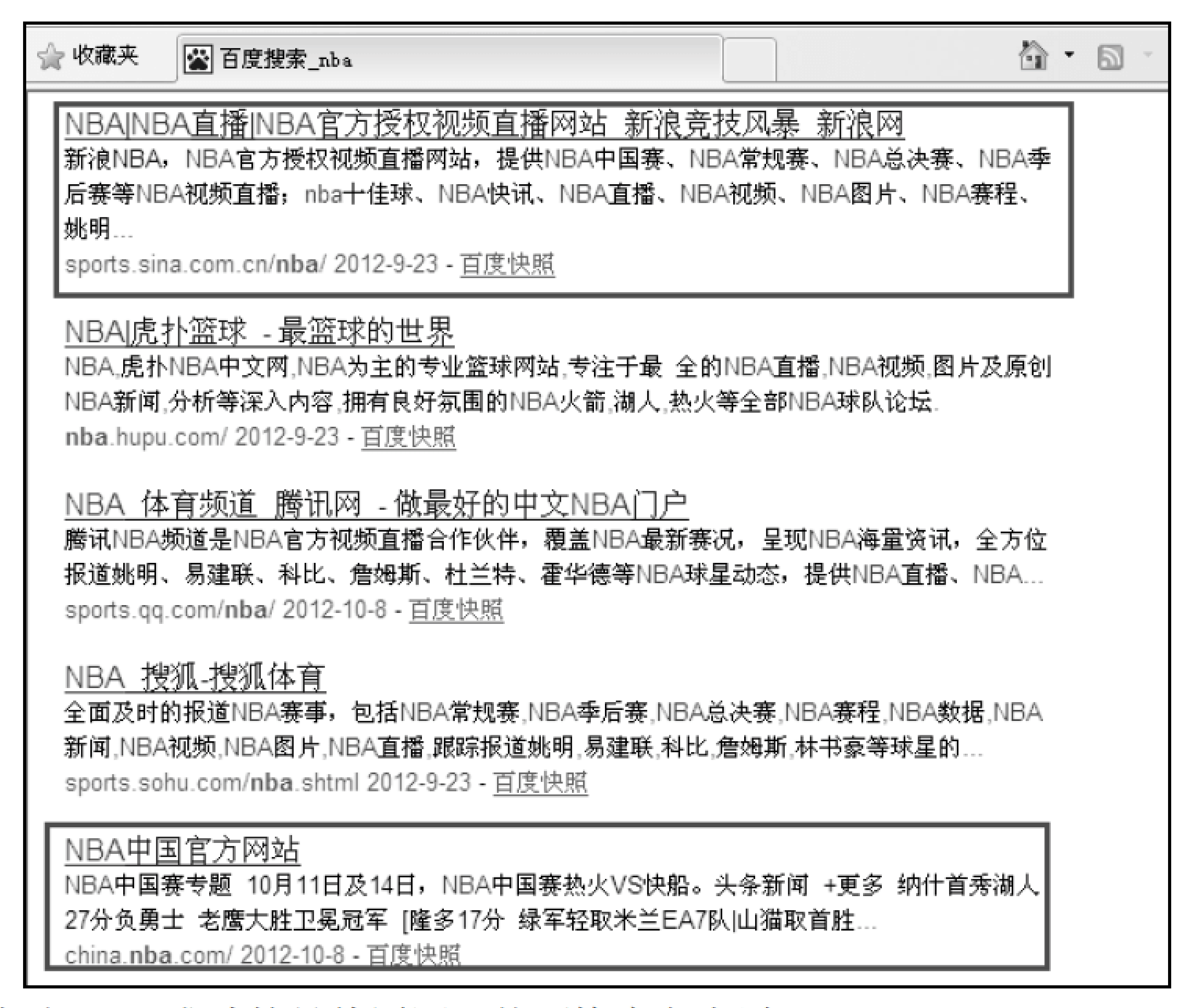
（4）TITLE 的设置

CMS 后台对显示在首页的 TITLE 有独立设置。

13.2 分析门户类网站优化的策略

新浪网作为中国门户网站的一个代表，在各个方面都有它的发展标记，在 SEO 方面也相当突出，随便搜索几个热门的关键词，总能看到新浪网的身影。专题 SEO 可以说是新浪网在突显 SEO 方面最擅长的地方，这也是其作为门户网站获得流量最多的页面。下面对新浪网在这一方面的 SEO 优化策略进行具体分析，从而帮助读者掌握门户网站优化的相关策略。

如下图所示是在百度搜索 NBA 的结果。分析搜索结果，发现新浪排在第一位，NBA 的官方网站排在第五位。其实，从权威性、实时性、原创性等角度上讲，NBA 中国官方网站应该排第一，其次是各大门户网站。但搜狐也排在 NBA 官方网站的前面。



下面分析上述 SEO 成功的具体原因。从严格意义上说，http://sports.sina.com.cn/nba/的这个页面应该属于栏目页。但是，考虑到这个页面的受热爱程度之高，新浪设计时已经把该页面作为专题页面设计。

1. DIV+CSS

打开 http://sports.sina.com.cn/nba/页面，查看该页面的源代码，如下图所示。从中可以了解到，页面使用 DIV+CSS 设计而成，这种简单、统一化、DIV+CSS 的设计理念，是一种对搜索引擎非常友好的方式。

http://sports.sina.com.cn/nba/ - 原始源

文件(F) 编辑(E) 格式(O)

```
 src="http://i3.sinaimg.cn/ty/nba/nba2009/jquery.js"></script>

<style type="text/css">
/*通用样式*/
html,body,div,p,ul,ol,li,dl,dt,dd,h1,h2,h3,h4,h5,h6,object,iframe,form,blockquote,fi
 eldset,input,textarea,code,address,caption,cite,code,em,i,ins
 {margin:0;padding:0;font-style:normal;font-size:12px;font-weight:normal;}
ul,ol{list-style:none;}
fieldset,img{border:none;}caption,th{text-align:left;}table{border-
 collapse:collapse;border-spacing:0;}
body {font-family:"simsun","宋体","Arial","Helvetica","sans-
 serif";background:#002c5b;padding-top:5px;}
.main{background:url(http://i1.sinaimg.cn/ty/nba/nba2011/bg_page.jpg) repeat-x
 #fff; margin:0 auto;}
.wrap{width:950px;margin:0 auto;overflow:hidden;background:url
 (http://i1.sinaimg.cn/ty/nba/nba2011/bg_page.jpg) repeat-x #fff;}
.clear{zoom:1;}
.clearb{display:block;clear:both;}
.space{font-size:0;line-height:0;height:10px;clear:both;background-color:#fff;}

/* 链接 */
a:link{text-decoration:none;color:#036;}
a:visited{text-decoration:none;color:#036;}
a:hover{color:#f00!important;text-decoration:underline;}
a:active{color:#f00;}
a img{border:1px solid #05acff;padding:2px;background-color:#fff;text-
 decoration:none!important;}
a:hover img{border:1px solid #f00;background-color:#f00;}
```

2. 静态化页面

如下图所示是该专题的页面内容。通过观察其中内容，可以知道这是静态化页面。搜索引擎对于静态页面无论是收录速度、抓取内容，还是权重分配等方面，都有着很好的契合度，这就是网页优化有好效果的一个原因。



3. 路径设计

分析路径的优化策略，新浪的做法是路径中带关键词。这样做有利于排名，因为搜索引擎能对路径和页面进行关键词匹配。

4. 标题、关键词、描述

通过查看其中内容发现，标题、关键词、描述中包含关键词，并且有大量长尾关键词在其中。请看如下图所示的内容，就是其相关的源代码。

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=gb2312" />
<title>NBA|NBA直播|NBA官方授权视频直播网站_新浪竞技风暴_新浪网</title>

<meta name="keywords" content="NBA,NBA季前赛,NBA十佳球,NBA中国赛,NBA常规赛,NBA中国
 赛,NBA打架,NBA总决赛,NBA直播,NBA视频,NBA视频直播,林书豪,姚明,科比,湖人,易建联,麦蒂,麦迪,詹
 姆斯,韦德,乔丹,保罗,格里芬,尼克斯,火箭,小牛,热火,凯尔特人,NBA全明星,全明星,全明星赛,NBA全明
 星赛,扣篮大赛,扣篮" />

<meta name="description" content="新浪NBA, NBA官方授权视频直播网站, 提供NBA中国赛、NBA常
 规赛、NBA总决赛、NBA季后赛等NBA视频直播; nba十佳球、NBA快讯、NBA直播、NBA视频、NBA图片、NBA
 赛程、姚明科比火箭等NBA球员球队的NBA数据以及丰富的NBA知识。" />
```

5. 内容策略

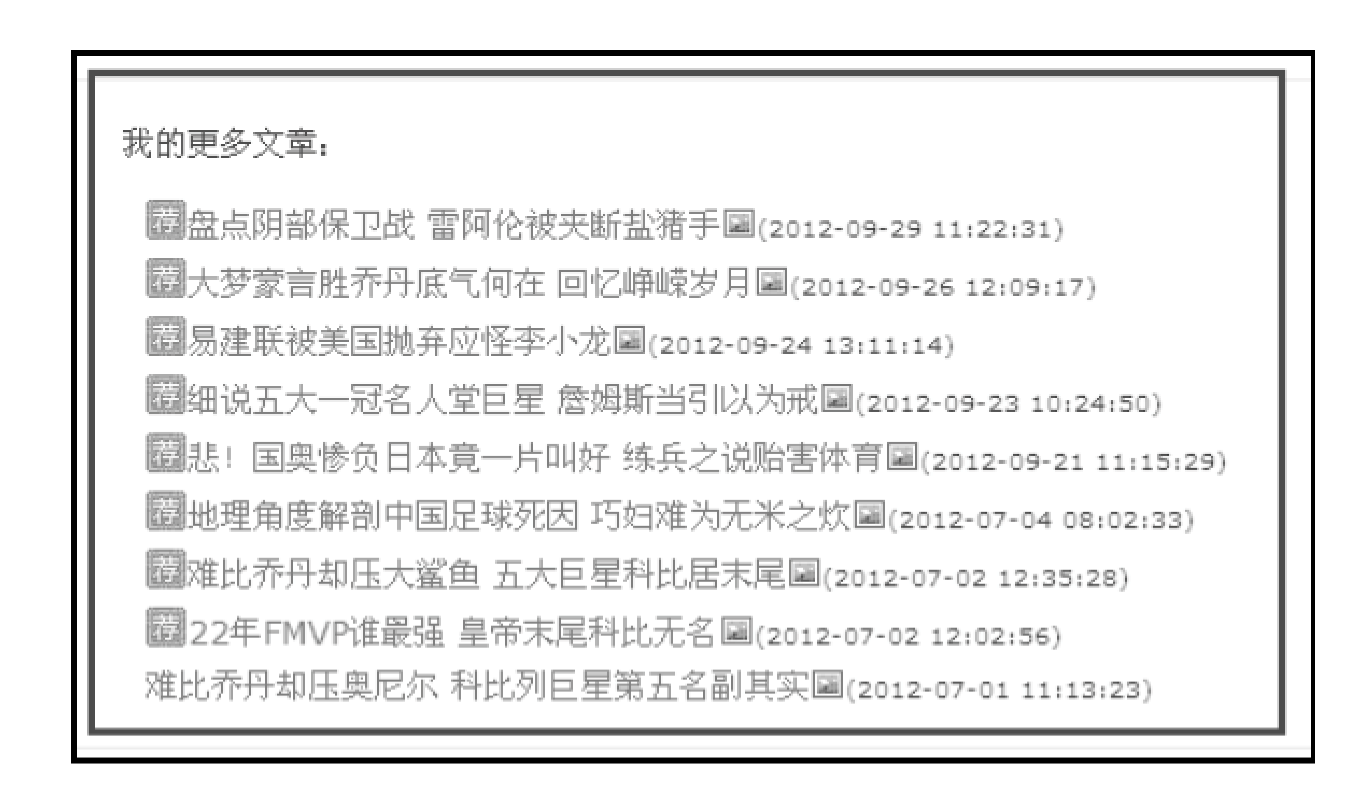
新浪内容来源有：强大的编辑团队、与报纸合作、网友撰写等。如下图所示，这里通过单击查看该主题中的文章标题看看效果。

- 麦蒂上赛季10佳球 华丽怒扣+神鬼莫测助攻
- 麦蒂7分18秒集锦 不管在哪儿都希望你好
- 从猛龙到老鹰T-MAC生涯回顾 屡次创造奇迹
- 麦蒂2012季后赛汇总 苦战绿军恐成绝唱
- 8日官方5佳球 雷阿伦抢断助詹皇单臂暴扣
- 视频集锦-科比纳什齐亮相 湖人季前赛不敌勇士
- 纳什绝妙穿裆助攻 湖人收获顶级指挥官
- 科比高难度得分 转身过两人+空中闪躲后仰
- 纳什湖人第一战：假动作晃晕对手+穿心箭
- NBA现役50大巨星之钱德勒 撑起纽约的天空
- LBJ两记暴扣：空中拉杆+雷阿伦助攻大风车
- 视频集锦-浓眉哥首秀8分8板 黄蜂21分逆转魔术
- 视频集锦-榜眼抡臂风车扣篮 山猫主场击退奇才
- 视频集锦-隆多鬼手戏群英 凯尔特人客场胜米兰
- 视频集锦-詹姆斯风车扣篮 热火季前赛不敌老鹰
- 7日官方十佳球 给力芬升空劳森压哨绝杀
- 7日官方综述 小牛灰熊马刺告捷快船负掘金
- 视频集锦-格里芬小AI空中飞舞 掘金绝杀快船
- 劳森高难度压哨拉杆 掘金3.1秒绝杀快船
- 视频集锦-吉诺比利尽显妖刀本色 马刺大胜锡耶纳

- [季前赛]湖人83-110勇士 霍华德作壁上观
- [季前赛]湖人83-110勇士 布朗向纳什面授机宜
- [季前赛]湖人83-110勇士 纳什严阵以待
- [季前赛]湖人83-110勇士 纳什披上紫金战袍
- [季前赛]湖人83-110勇士 纳什宝刀不老
- [季前赛]湖人83-110勇士 科比即将上场
- [季前赛]湖人83-110勇士 科比无奈落败事实
- [季前赛]黄蜂85-80魔术 阿米努与戴维斯争抢
- [季前赛]黄蜂85-80魔术 梅森带球积极进攻
- [季前赛]黄蜂85-80魔术 洛佩斯欲突出重围
- [季前赛]热火79-92老鹰 詹姆斯手捂胸口
- [季前赛]热火79-92老鹰 詹姆斯若有所思
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 帕克亮相赛场
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 帕克积极防守
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 邓肯驻守篮下
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 杰克逊摘下篮板
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 吉诺比利邓肯击掌
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 克雷-约瑟夫跳投
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 约瑟夫突破上篮
- [季前赛]马刺106-77锡耶纳 邦纳参与防守

- 死心：麦蒂答案科比的十年情 三大天才谁无义？
- 丁哞哞：勇士新赛季上路 伤病或成金州拦路虎
- 大帝：湖人新赛季剑指夺冠 限时执行力是保障
- 丁哞哞：纽约尼克斯赛季前瞻 失去书豪没影响？
- 张博：林书豪之外的海外华人运动现实
- 大帝：挥霍天赋的典型案例 被小聪明毁掉的麦蒂
- 大帝：湖人是谁的并不重要 科比此话将自毁长城
- 婉约云儿：昔日天才麦蒂缘何难留NBA？
- 浮生：林书豪只是火箭过渡时期的核心
- 小根：热火新赛季前瞻 激情绞杀加人生智慧
- 死心：篮球开国元勋那些时代 离开他们真玩不转
- 凯撒：麦蒂并非高富帅 落户青岛只能带来票房
- 大帝：普林士顿是小球战术 湖人此举是自废武功
- 柳号：纳什基德已成NBA稀缺资源
- heyjude：凯尔特人实力稳中有升
- 奎哥：湖人先发五虎的软肋在哪里？
- 大帝：魔兽借"放屁神功"抢篮板不靠谱
- 独行：詹姆斯不会离开热火 留守迈阿密5大原因
- 大帝：NBA就是一生意场 KG何苦为难阿伦？
- 浮生：万金油控卫双子星 保罗德隆高人一筹

得到如下图所示的文章内容，这是来自新浪博客的一篇文章。这样的文章，新浪无需要担心原创性，内容的质量绝对不是一般的高。然后，再观察该博客主人的其他文章，“荐”字遍地开花，自然也不用担心文章的质量了，这些都是搜索引擎所看重的。



6. 链接策略

此 NBA 专题是由若干篇文章组合而成的组合体，这些文章几乎是都提到了关键词 NBA，并链接到专题页面，每个链接相当于导入了一些权重。如下图所示，就是该专题下其中一篇文章。这样做的效果，会使页面的权重更高。



总结新浪网站的以上几个优化策略，都是获得良好搜索排名的重要因素。由此可见，内容和链接是 SEO 的精髓所在。各位 SEOer 在实际操作中，不妨多借鉴这些优化策略。

13.3 分析门户类网站的优化效果

SEO 如果单单只是去实施，那是远远不够的。只有把搜索引擎的优化与优化效果结合起来，

实现了理想的优化效果，这才算是完成了 SEO 的相关工作。这里以新浪 NBA 的文章页面为例，具体介绍如何实现优化效果。

13.3.1　关于导航

网站有合理的导航很重要，新浪 NBA 文章内页就做得很好，新浪通过主导航次导航、以及面包屑导航来达到导航的优化效果。下面我们对导航使用的优化技巧进行分析。

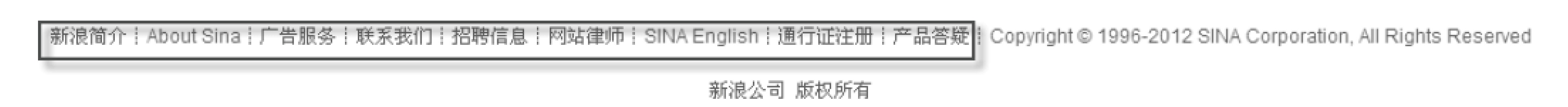
（1）主导航

如下图所示，是新浪网出现在文章顶部的一个主导航，观察其字体和颜色，感觉不是很显眼，但是，正是因为位置的重要性而凸显了主导航。



（2）次导航

新浪网通过出现在页面底部的次导航，把网站的一些信息清楚地告诉了搜索引擎和用户。从而达到了次导航的作用，如下图所示。



（3）面包屑导航

新浪网同样把面包屑导航做得很好。如下图所示是浏览的文章页中面包屑“体育> 篮球-NBA> 正文”的导航内容。把这个用到自己网站的优化时，通过“主页名称>栏目名称>文章名称（或直接省略为正文）”的形式，优化的方法就是这样被找出来并予以实施的。



13.3.2 关于推荐

“关于推荐”这方面的内容，应该是新浪 NBA 文章页面用得最多的一种内部优化方式，这种方式对于内部链接结构的建立以及增加用户粘度建设起到了很好的助推作用。下面分析一下新浪 NBA 文章页是怎么优化的。

1. 热门博客推荐

如下图所示，是新浪 NBA 文章页中的热门博客推荐。其位置在右侧广告图下面，这个位置非常有利，也是其重要性的象征。



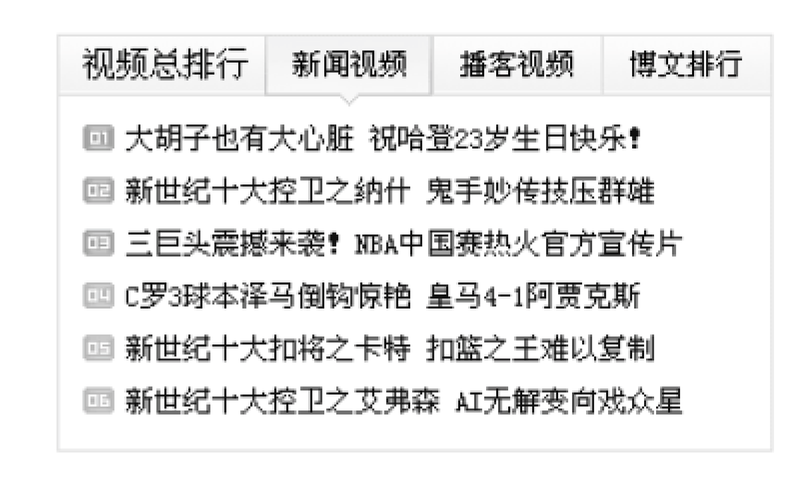
2. 精彩高清图推荐和相关微博推荐

新浪 NBA 文章页中出现在文章结尾后的精彩高清图推荐和相关微博推荐如下图所示。分析其中的内容，一般以介绍体育频道站内的一些热点图文资讯以及相关微博推荐为主要内容，这些内容的作用在于，对网站热点内容和热点关注对象进行推荐和引导。



3. 相关视频推荐

如下图所示，是文章页中相关视频推荐。出现在页面右侧中部的这一块内容，通过推荐整站的热点视频吸引流量，并且转向站内其他页面。



4. 相关新闻推荐

如下图所示则是该文章页中的相关新闻推荐。出现在页面最底部的这一块内容，起着增加单个网页对于某个关键词密度和权重的作用，同时也有着互推的效果。



13.3.3　关于互动

百度在关于 SEO 建议中提到用户互动传播，这是一个非常友好的概念，这一点新浪也做得相当不错。

1. 微博互动

文章标题下面的微博互动标志，如下图所示。



文章结尾的微博转发如下图所示。

征战NBA达15年，麦蒂场均19.6分5.6个篮板4.4次助攻，7次入选全明星，7次入选年度最佳阵容。如今，关于他和科比-布莱恩特谁天赋更高的争论，仍时有时无，只是麦蒂再难为支持者提供任何论据了，尽管在CBA(微博)待了一年后，他的NBA生涯可能还将继续。(魑魅)

分享到：

前面提到的微博用户推荐，效果如下图所示。



2. 评论回复

关于评论回复如下图所示。当然，文章内部的优化还有很多细节，例如代码方面的技术和服务器端的要求等。



13.4 积累门户类网站优化的经验

新浪门户网站的权重很高，这点大家知道。要想网站权重提高，一般会想到做外链，新浪外链很多，但网易、腾讯这些网站的外链也很多。所以还得有 SEO 手法才会更成功。这里以实例来分析新浪新闻，为什么在百度中搜索关键词“新闻”时，新浪新闻能排在第一位。

分析目标：新浪新闻（news.sina .cn）。

在百度搜索结果中的表现如下图所示，该结果主要由以下几点优化来支撑。



（1）标题：新闻中心首页_新浪网，如下图所示。

```
<title>新闻中心首页_新浪网</title>
```

优点/缺点：主要关键词“新闻”出现在标题一开始，并且说明了是新闻首页，并用下滑红连接“新浪网”。整个标题干净利索，没有任何误导搜索引擎的其他文字，标题足够短，表现给搜索引擎就是一个新闻相关的首页。

（2）关键词：其内容如下图所示。

```
<meta name="keywords" content="新闻,时事,时政,国际,国内,社会,法治,聚焦,评论,文化,教育,新视
点,深度,网评,专题,环球,传播,论坛,图片,军事,焦点,排行,环保,校园,法治,奇闻,真情" />
```

优点/缺点：新闻主关键词出现在关键词标签的第一位，二级关键词和主关键词相关度很高。这是其优点。关键词数量过多，这是其不足之处。

（3）描述：其内容如下图所示。

```
<meta name="description" content="新浪网新闻中心是新浪网最重要的频道之一，24小时滚动报道国
内、国际及社会新闻。每日编发新闻数以万计。" />
```

优点/缺点：主关键词“新闻”出现在了第一句描述中，关键词“新闻”在整个描述中出现了三次，足够的简短，并且描述写的很有吸引力。其中“24 小时”、“数万”这些词足以吸引访客去单击。

（4）代码分析：单击查看源文件，部分内容如下图所示。新浪网站代码采用 DIV+CSS，但是不能满足 W3C 的要求。新浪产品的每一个网站权重都不低，如果每一个网站中出现“新闻”这个关键词时都做链接到新浪新闻（news.sina .cn），那么该站获得关键词“新闻”的排名也会很好。



```
http://news.sina.com.cn/ - 原始源
文件(F)  编辑(E)  格式(O)
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0
 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<!--[1,819,1] published at 2012-10-09 18:27:48 from #150 by system-->
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<!-- publish_helper name='1:818:1_meta+title' p_id='1' t_id='818' d_id='1'
 f_id='19429' -->
<meta http-equiv="Content-type" content="text/html; charset=gb2312" />
<title>新闻中心首页_新浪网</title>
<meta name="keywords" content="新闻,时事,时政,国际,国内,社会,法治,聚焦,评论,文化,教育,新视
 点,深度,网评,专题,环球,传播,论坛,图片,军事,焦点,排行,环保,校园,法治,奇闻,真情" />
<meta name="description" content="新浪网新闻中心是新浪网最重要的频道之一，24小时滚动报道国
 内、国际及社会新闻。每日编发新闻数以万计。" />
<link rel="alternate" type="application/rss+xml"
 href="http://rss.sina.com.cn/news/marquee/ddt.xml" title="新闻中心_新浪网" />
<meta name="stencil" content="PGLS000023" />
<meta name="publishid" content="1,449,1" />
<meta name="verify-v1" content="6HtwmypggdgP1NLw7N0uQBI2TW8+CfkYCoyeB8IDbn8=" />
<link rel="apple-touch-icon" href="http://i0.sinaimg.cn/dy/news3.png" />
<!-- publish_helper_end -->

<script type="text/javascript">(function(padUrl){if(location.href.indexOf('f=pad')!
 ==-1){return}; if(/\(iPad/i.test(navigator.userAgent)){location.replace(padUrl+'?
 f=web')};})('http://ipad.sina.com.cn/news/');</script>

<script type="text/javascript">
//js异步加载管理 v1.1.0
eval(function(p,a,c,k,e,r){e=function(c){return(c<62?'':e(parseInt(c/62)))+((c=c%62)
```

（5）内容：新浪新闻的内容，大部分是由注册用户作创的，其中有一部分是由专门的新闻部门编辑创作的，内容十分丰富，每天能编发数万新闻。

（6）外链：新浪本身的产品网站权重很高，如果新浪在为某个新闻频道做链接，那么这个新闻频道的权重就会高得离谱。如果新闻类网站的站长为了自己网站给新浪做免费的链接肯定很乐意。所以，直到现在也没有任何一个新闻网站超越新浪新闻。

（7）关键词布置：观察新浪新闻，每一个页面几乎都布置了关键词，而且每一个页面布置的关键词没有超过三个。

（8）访客友好度：新浪新闻对于访客的友好可谓是下尽了功夫，举个例子，新浪新闻的导航，都是被一条一条罗列出来的，导航上没有什么特效，就是为了能够让访客第一时间了解本站有多少频道页，可以通过导航快速到达想要去的页面。

13.5 分析门户类网站的盈利模式

本章将从不同的方面，以实例的方式介绍了新浪网的各种优化方式。下面换个方向来探讨门户网站新浪的盈利模式。关于新浪的主要盈利模式为：广告+无线增值服务。其中广告收入是第一位的。

（1）新浪是全球最大的中文门户网站，被喻为中国互联网经济的风向标。

新浪网、新浪无线、新浪热线、新浪企业服务、新浪电子商务是新浪旗下的五大业务主体。业务主体提供了一系列服务，主要包括网络媒体及娱乐、在线用户付费增值服务和电子政务解决方案等服务。

（2）新浪在新闻、内容、无线增值这些方面最具竞争力。

新闻是新浪的第一品牌，这是它目前最大的优势。但是，支撑其业绩的主要是广告营业收入，线上广告在总收入中所占的比例也越来越大。新浪还得益于 IVR（互动式语言应答系统）的成本控制。新浪依靠网络广告、即时通讯工具、无线增值服务、增加“播客”以及“爱问搜索”等流行因素，扩大访问量和流量。

（3）新浪网站的商业模式是信息模式。

信息模式具体在于通过大量的各类免费咨讯、热点新闻、服务去吸引浏览者，形成固定的客户群，以保持较高的点击率和知名度，然后吸引各企业纷纷在新浪网站投放广告，通过新浪的广告推广自己的产品。新浪的广告覆盖网站的所有页面、模块，可以说新浪网站的广告无所不在。广告类型主要分为强制性弹出窗口广告、背投式广告、按钮广告、旗帜广告、网上视频广告。



4. 其他营利模式

新浪网的其他营利模式还包括以下几项。

（1）网站信息新闻发布的经营费用。

这个收入流的特点是成本非常大，因为它涉及了多个领域的信息，还需要更新即时，需要大量的记者和管理人员。这些信息是免费提供给浏览者的，所以基本上没有实质的收入，是一条亏损的收入流，但它可以赢取大量的点击率，因为信息的免费性，它蕴藏了大量的客户价值。

（2）新浪商城出租网上商店的收入。

其主要的盈利方式在于网上店位的出租，也依赖于高点击率的支持。

（3）新浪宽频在线 TV。

主要为用户提供免费快速的数字电视视频。其盈利方式是与各大电视台形成合作伙伴，相互推广。达到双方各在对方媒体上做广告，获得点击率、收视率和知名度。它主要通过产品和价格来传递客户价值。